



## **CENTRUM BADANIA OPINII SPOŁECZNEJ**

SEKRETARIAT  
OŚRODEK INFORMACJI

629 - 35 - 69, 628 - 37 - 04  
693 - 46 - 92, 625 - 76 - 23

UL. ŻURAWIA 4A, SKR. PT.24  
00 - 503 W A R S Z A W A  
TELEFAX 629 - 40 - 89

INTERNET

<http://www.cbos.pl>

E-mail: [sekretariat@cbos.pl](mailto:sekretariat@cbos.pl)

BS/125/2005

### **NASZE UBRANIA**

### **KOMUNIKAT Z BADAŃ**

WARSZAWA, LIPIEC 2005

PRZEDRUK MATERIAŁÓW CBOS W CAŁOŚCI LUB W CZĘŚCI ORAZ WYKORZYSTANIE DANYCH EMPIRYCZNYCH  
JEST DOZWOLONE WYŁĄCZNIE Z PODANIEM ŹRÓDŁA



Znak jakości przyznany CBOS przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku  
22 października 2004 roku

- ❑ Polacy najczęściej kupują ubrania wygodne (84%), tanie (55%) i eleganckie (28%). Marzą jednak o tym, żeby były one przede wszystkim wysokiej jakości, dobre gatunkowo (54%), na co obecnie może sobie pozwolić jedna piąta (21%). Eleganckie ubrania chciałoby nosić prawie dwa razy więcej osób (47%), niż czyni to obecnie. Markowe stroje kupuje co dwunasty badany (8%), a marzy o nich prawie co trzeci (30%).
- ❑ W ciągu roku poprzedzającego sondaż Polacy wydawali na ubrania średnio miesięcznie 146 zł. Różnica między przeciętnymi wydatkami mężczyzn i kobiet była znikoma (niespełna 2 zł).
- ❑ Dla większości ankietowanych nie stanowi problemu znalezienie w ofercie handlowej ubrania, które odpowiadałoby im pod względem estetycznym i rozmiaru (odpowiednio: 61% i 67% twierdzi, że jest to łatwe). Prawie co czwarty badany (23%) ma trudności z dobraniem stroju w odpowiednim dla siebie rozmiarze, a nieco większa grupa (28%) - ze znalezieniem ubrań, które by im się podobały. Odsetek osób, którym odpowiadają ceny ubrań (45%), jest taki sam jak odsetek oceniających, że trudno jest im znaleźć ubrania „na ich kieszeń” (44%).
- ❑ Najczęściej wskazywane miejsca zakupów odzieży to sklepy, w których można nabyć ubrania różnych marek (13% ankietowanych zazwyczaj tam kupuje, a dalsze 30% - dość często) oraz bazary i sprzedawcy uliczni (odpowiednio: 12% i 27%). Ponad połowa badanych (51%) deklaruje, że nigdy nie robi zakupów w firmowych, markowych sklepach, prawie tyle samo (53%) nigdy nie kupuje w sklepach z używaną, taną odzieżą.
- ❑ Zarówno u kobiet, jak i u mężczyzn najbardziej ceniony jest elegancki, klasyczny sposób ubierania się. Spośród damskich strojów częściej niż inne krytykowane są takie, które zbyt eksponują ciało, odsłaniają zbyt wiele, natomiast najczęściej wymienianą wadą męskich ubrań jest niechlujny wygląd.
- ❑ Większości Polaków podobają się głębokie dekolty i krótkie spódniczki noszone przez kobiety. W kwestii ubrań odsłaniających brzuch zdania są podzielone. Natomiast ponad 80% badanych nie akceptuje noszenia kolczyków w nosie zarówno przez kobiety, jak i mężczyzn.
- ❑ Powszechne jest przekonanie, że sytuacje wymagające szczególnego, odświętnego stroju to przede wszystkim śluby i pogrzeby.

Lato bardziej niż zima sprzyja myśleniu o modzie - odwieszamy do szaf ciężkie, ciepłe płaszcze i sięgamy po ubrania lżejsze i bardziej kolorowe. Nie każdy jednak ma ochotę podporządkowywać się coraz szybciej zmieniającym się w modzie trendom. Aby sprawdzić, co na temat strojów myślą Polacy, postanowiliśmy zapytać<sup>1</sup>, jakie ubrania zazwyczaj kupują, a jakie najbardziej chcieliby nosić. Zapytaliśmy również, ile różnych ubrań Polacy kupili w ciągu ostatniego roku i jakie kwoty na nie przeznaczyli, a także - gdzie najchętniej dokonują zakupów.

Strój może być (w sposób mniej lub bardziej świadomy i celowy) wyrazem naszych poglądów, a jednocześnie komunikować otoczeniu, jaką zajmujemy pozycję społeczną. W historii ludzkości podstawowa funkcja ubrania - ochrona przed zimnem czy innymi warunkami zewnętrznymi, np. przed owadami - mogła nigdy nie być jedyną, natomiast kanony określające, co jest stosowne, ewoluowały w ciągu wieków i były różne dla różnych kultur<sup>2</sup>. Możemy się łudzić, że daleko odeszliśmy od naszych „dzikich” przodków i nie nadajemy naszym strojom magicznych znaczeń, ale przecież nadal uważamy, że niektóre okazje w życiu wymagają szczególnego stroju, określonego społecznymi normami, a sposoby ubierania się bliźnich potrafią wciąż budzić wiele kontrowersji<sup>3</sup>. Część pytań poświęciliśmy zatem temu, co obecnie Polacy aprobują, a co im się nie podoba w sposobach ubierania się innych, oraz sytuacjom wymagającym stroju innego niż codzienny.

### **JAKIE UBRANIA POLACY KUPUJĄ, O JAKICH MARZĄ**

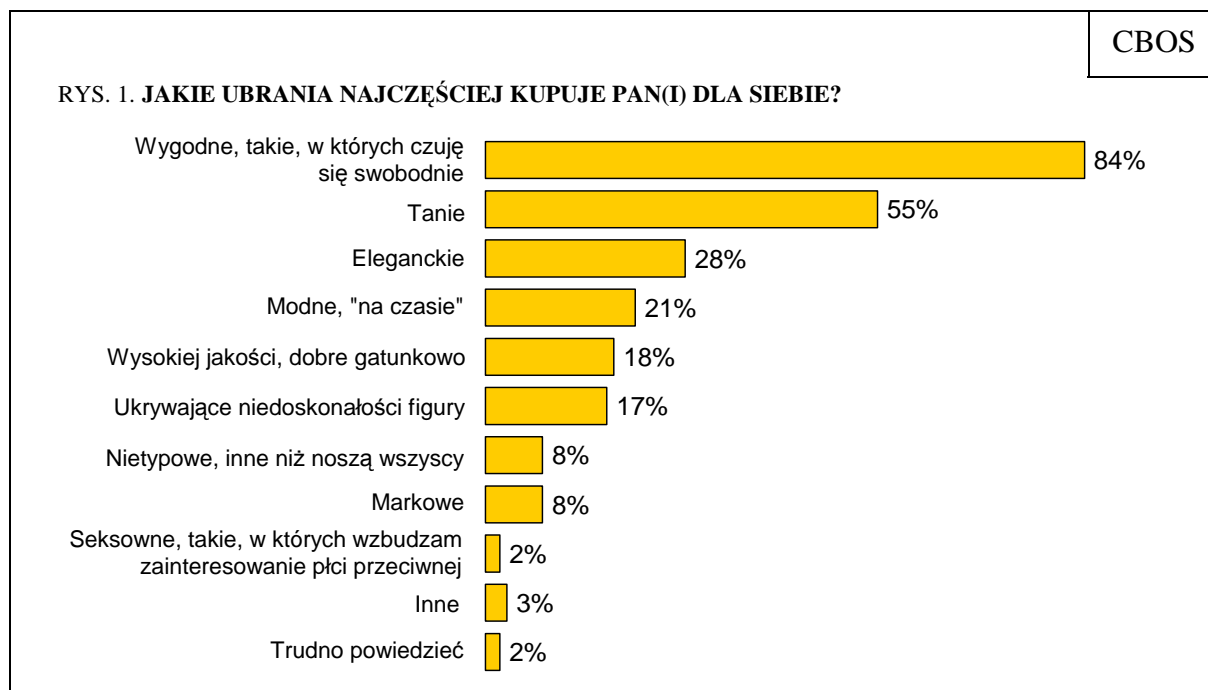
Pytając ankietowanych, jakie ubrania najczęściej kupują dla siebie, prosiliśmy ich o wybranie z podanej listy trzech cech najlepiej je charakteryzujących. Zdecydowana większość (84%) wskazała na wygodę jako podstawowe kryterium, którym kieruje się przy zakupie ubrań. Drugim pod względem częstości wskazań (55%) czynnikiem okazała się niska cena.

---

<sup>1</sup> Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (181) zrealizowano w dniach 3-6 czerwca 2005 roku na liczącej 1037 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

<sup>2</sup> Patrz np.: M. Touissant-Samat, *Historia stroju*, Warszawa 2002; N. Elias, *Przemiany obyczajów w cywilizacji Zachodu*, Warszawa 1980.

<sup>3</sup> Przykłady można znaleźć choćby na forum internetowym „Gazety Wyborczej” poświęconym modzie: [forum.gazeta.pl](http://forum.gazeta.pl)



Procenty nie sumują się do 100, ponieważ badani mogli wybrać z podanej listy trzy odpowiedzi

Pozostałe cechy były wskazywane przez zdecydowanie mniejsze liczebnie grupy. Ponad jedna czwarta badanych (28%) uważa, że ważne jest, aby ubranie było eleganckie, jedna piąta (21%) deklaruje, że kupuje stroje modne i „na czasie”, nieco mniej niż co piąty (18%) kieruje się przy zakupie wysoką jakością odzieży i prawie tyle samo (17%) zwraca uwagę na to, żeby ubranie maskowało niedoskonałości figury.

Nietypowość stroju, a także jego markę uznał za ważne co dwunasty respondent (po 8% wskazań), to zaś, by ubranie było seksowne, wzbudzało zainteresowanie płci przeciwnej - zaledwie co pięćdziesiąty (2%).

Rzeczywistość często rozmija się z marzeniami, dlatego badanym zadaliśmy również pytanie dotyczące strojów, jakie chcieliby nosić, o jakich marzą. Okazało się, że ponad połowa Polaków (54%) kupowałaby, gdyby miała możliwość, ubrania dobre gatunkowo - obecnie czyni tak zaledwie co piąty. W tym aspekcie mniej istotne jest kryterium wygody, choć zajmuje drugie co do ważności miejsce - wskazała je niemal połowa badanych (48%), prawie tyle samo co kryterium elegancji (47%).

RYS. 2. JAKIE UBRANIA CHCIAŁ(A)BY PAN(I) NOSIĆ, O JAKICH PAN(I) MARZY?



Procenty nie sumują się do 100, ponieważ badani mogli wybrać z podanej listy trzy odpowiedzi

Polacy chcieliby nosić, zdecydowanie częściej niż czynią to rzeczywiście, ubrania modne i markowe - o takich właśnie marzy prawie jedna trzecia (odpowiednio: 32% i 30%). Marzenia pozwalają zapomnieć o niedostatkach portfela czy własnej figury, dlatego aspekt ekonomiczny i „korekcyjny” badani wskazywali rzadziej (odpowiednio: 12% i 8%) niż wtedy, gdy odpowiadali na pytanie, jakie ubrania rzeczywiście kupują. Odsetek wskazań na nietypowość i seksowność ubrań właściwie się nie zmienił - może to oznaczać, że ci, którzy chcieliby nosić takie ubrania, na ogół realizują swoje marzenia. Nieliczni badani (6%) nie potrafili określić, jakie stroje im odpowiadają.

Wybór określonych cech ubrań różnicuje przynależność do poszczególnych grup społecznych. Najistotniejsze kryterium, czyli wygoda, jest uniwersalne i ważne w podobnym stopniu dla wszystkich, ale już np. niską cenę zdecydowanie częściej niż przeciętnie wskazują, co oczywiste, osoby mniej zamożne, źle oceniające własne warunki materialne, gorzej wykształcone. Istotna, choć w mniejszym stopniu, jest również wielkość miejscowości, w której mieszkają badani - im ona mniejsza, tym ważniejsza jest niska cena ubrania. Na postrzeganie ceny jako ważnego kryterium wpływ ma także wiek ankietowanych. Okazuje się, że najmłodszy są najmniej oszczędni - zaledwie co trzeci wymienia niską cenę jako istotną cechę kupowanego ubrania (zob. tabele aneksowe).

Z kolei jakość kupowanej odzieży częściej niż przeciętnie wskazują badani dobrze zarabiający, lepiej wykształceni, mieszkający w dużych miastach. Mężczyźni nieco częściej

niż kobiety kierują się jakością kupowanych ubrań, a wyraźnie częściej - marką (11% mężczyzn wobec 4% kobiet). Natomiast kobiety nieco częściej wybierają stroje nietypowe, inne niż noszą wszyscy (deklaracje takie składa co dziesiąta z nich), ponadto aż jedna czwarta kobiet preferuje ubrania umożliwiające maskowanie defektów figury. To, żeby ubranie było markowe, istotne jest w większym stopniu dla najmłodszych badanych, z których co czwarty wymienia tę cechę jako ważną, natomiast z wiekiem znaczenie marki ubrania maleje. Im starsi są respondenci, tym mniej ważne dla nich jest również to, by ubranie było modne. To kryterium w większym stopniu biorą pod uwagę osoby dobrze oceniające własne warunki materialne. Co ciekawe, mało znacząca w tym przypadku jest wielkość miejsca zamieszkania - jedynie osoby z największych miast nieco rzadziej niż pozostałe deklarują, że istotne jest dla nich, by strój był „na czasie” (por. tabele aneksowe).

Spośród analizowanych grup wyróżniają się szczególnie uczniowie i studenci. W naszym badaniu jest to grupa stosunkowo mała liczebnie, jednakże poczynione obserwacje są na tyle ciekawe, że warto je przynajmniej zasygnalizować.

Tabela 1

Jakie ubrania najczęściej kupuje Pan(i) dla siebie?	Odpowiedzi uczniów i studentów (N=59)	Ogółem
	w procentach	
Wygodne, takie, w których czuję się swobodnie	81	84
Modne, „na czasie”	47	21
Wysokiej jakości, dobre gatunkowo	38	18
Markowe	26	8
Eleganckie	26	28
Tanie	21	55
Nietypowe, inne niż noszą wszyscy	17	8
Ukrywające niedoskonałości figury	14	17
Seksowne, takie, w których wzbudzam zainteresowanie płci przeciwnej	10	2
Inne	0	3
Trudno powiedzieć	0	2

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ badani mogli wybrać z podanej listy trzy odpowiedzi

Podobnie jak dla ogółu badanych, najważniejszą dla uczniów i studentów cechą ubrania jest jego wygoda. Jednakże drugie co do ważności kryterium, jakim kieruje się ogół, czyli niska cena ubrania, w deklaracjach osób uczących się znalazło się dopiero na szóstym miejscu (21% wskazań). Okazało się, że zdecydowanie istotniejsze dla nich jest, żeby ubranie było modne, wysokiej jakości i markowe. Jak widać, stereotyp biednego studenta w wyciągniętym, szarym swetrze należy odłożyć do lamusa.

To, jakie ubrania Polacy najczęściej kupują, różnicuje ich w znacznie większym stopniu niż to, o jakich marzą. Największe różnice dotyczą jakości stroju oraz jego marki. Ludzie młodzi, lepiej wykształceni oraz mieszkańcy największych miast częściej niż inni deklarują, że chcieliby nosić ubrania markowe i modne, choć nie należy zapominać, że i wśród osób starszych, słabiej wykształconych, mieszkających na wsi i w małych miastach więcej niż obecnie chciałoby mieć ubrania zarówno wysokiego gatunku, jak i znanych marek. Kobiety nieco częściej niż mężczyźni deklarują, że chciałyby nosić ubrania eleganckie i modne, dla panów zaś nieco ważniejsza jest wygoda i dobra marka.

### ILE UBRAŃ KUPUJĄ POLACY I ILE NA NIE WYDAJĄ

Chcieliśmy sprawdzić, ile ubrań kupuje Polak w ciągu roku, zapytaliśmy więc o zakupy podstawowych elementów stroju.

Tabela 2

Proszę powiedzieć, ile w ciągu minionych 12 miesięcy kupił(a) Pan(i) dla siebie:	0	1	2	3	4	5 sztuk i więcej	Liczba sztuk średnio
	w procentach						
- koszul lub bluzek (wliczając w to koszulki typu T-shirt używane jako ubranie, a nie bielizna)	25	10	17	13	11	25	3,22
- spodni (mężczyźni) bądź spodni, spódnic, sukienek (kobiety)	28	21	24	14	6	8	1,92
- par butów (wszelkie rodzaje obuwia)	19	26	26	17	6	6	1,89
- swetrów	48	22	16	7	3	4	1,17
- płaszczy, kurtek, innych okryć wierzchnich	46	37	13	3	1	mniej niż 0,5	0,77
- garniturów i marynarek (mężczyźni) bądź kostiumów, garsonek, żakietów (kobiety)	63	25	8	3	mniej niż 0,5	1	0,56

Pominięto „trudno powiedzieć” (nie więcej niż 2% wskazań w przypadku każdego z punktów)

Przy obliczaniu średnich uwzględniono wartości „0”, a więc także osoby, które w ogóle nie dokonywały zakupów

W ciągu minionych dwunastu miesięcy badani kupili średnio po trzy koszule lub bluzki, przy czym jedna czwarta (25%) kupiła ich co najmniej pięć i tyle samo osób (25%) nie nabyło ani jednej. Nieco mniej kupowano spodni, spódnic lub sukienek - średnio po dwie sztuki, 28% ankietowanych zdecydowało się na zakup co najmniej trzech par spodni czy też trzech spódnic. Podobnie kształtują się rozkłady odpowiedzi dotyczących zakupów obuwia, choć warto zauważyć, że buty są tym elementem ubrania, który kupowało najczęściej osób -



cztery piąte badanych (81%) nabyło choć jedną parę. W ciągu ostatniego roku Polacy kupili również średnio po jednym swetrze, płaszczu lub kurtce, choć prawie połowa nie kupiła ani jednego. Tylko co siódmy zdecydował się na zakup co najmniej trzech swetrów, a jedynie co dwudziesty piąty - trzech i więcej płaszczy lub kurtek. Najbardziej kupowanym elementem garderoby były garnitury i marynarki (dla mężczyzn) oraz kostiumy, garsonki i żakiety (dla kobiet) - jedna czwarta badanych (25%) zadeklarowała kupno jednej sztuki takiej odzieży, a co ósmy (12%) przynajmniej dwóch. Prawie dwie trzecie ankietowanych (63%) w ogóle nie dokonało takiego zakupu.

Tabela 3

	Ile w ciągu minionych 12 miesięcy kupił(a) Pan(i) dla siebie:					
	koszul, bluzek	spodni, spódnic	par butów	swetrów	płaszcz, kurtek	garniturów, garsonek
<b>Ogółem</b>	<b>3,2</b>	<b>1,9</b>	<b>1,9</b>	<b>1,2</b>	<b>0,8</b>	<b>0,6</b>
<b>średnio (liczba sztuk)</b>						
<b>Wiek</b>						
18-24 lat	5,5	3,3	2,7	2,2	1,2	0,6
25-34	4,7	2,7	2,4	1,6	1,1	0,6
35-44	3,4	2,2	2,0	1,2	0,8	0,7
45-54	2,5	1,5	1,8	0,9	0,7	0,6
55-64	2,3	1,2	1,6	0,7	0,6	0,6
65 lat i więcej	1,3	0,7	0,9	0,5	0,3	0,4
<b>Wykształcenie</b>						
Podstawowe	1,6	1,1	1,3	0,6	0,5	0,3
Zasadnicze zawodowe	2,9	1,7	1,8	1,1	0,7	0,5
Średnie	4,3	2,3	2,2	1,5	0,9	0,7
Wyższe	5,2	3,3	2,6	1,8	1,1	1,1
<b>Dochody na jedną osobę</b>						
Do 300 zł	1,8	1,3	1,3	0,7	0,5	0,2
301-500	3,2	1,9	2,0	1,2	0,9	0,6
501-900	3,1	1,7	1,8	1,0	0,7	0,6
901-1200	3,0	2,0	2,1	1,2	0,9	0,6
powyżej 1200 zł	5,3	3,5	2,9	1,9	1,0	1,3
<b>Ocena własnych warunków materialnych</b>						
Złe	2,2	1,3	1,3	0,8	0,5	0,3
Średnie	3,2	1,9	1,9	1,2	0,8	0,6
Dobre	4,7	2,9	2,5	1,7	1,1	0,9
<b>Miejsce zamieszkania</b>						
Wieś	2,7	1,6	1,7	1,1	0,6	0,5
Miasto do 20 tys.	2,8	1,9	1,9	1,2	0,8	0,6
20-100 tys.	3,6	2,0	1,9	1,1	0,8	0,6
101-500 tys.	3,8	2,1	2,0	1,4	0,9	0,5
501 tys. i więcej	4,0	2,6	2,2	1,4	0,8	0,8
<b>Płeć</b>						
Mężczyźni	3,2	1,9	1,8	1,1	0,9	0,4
Kobiety	3,3	1,9	2,0	1,3	0,7	0,7

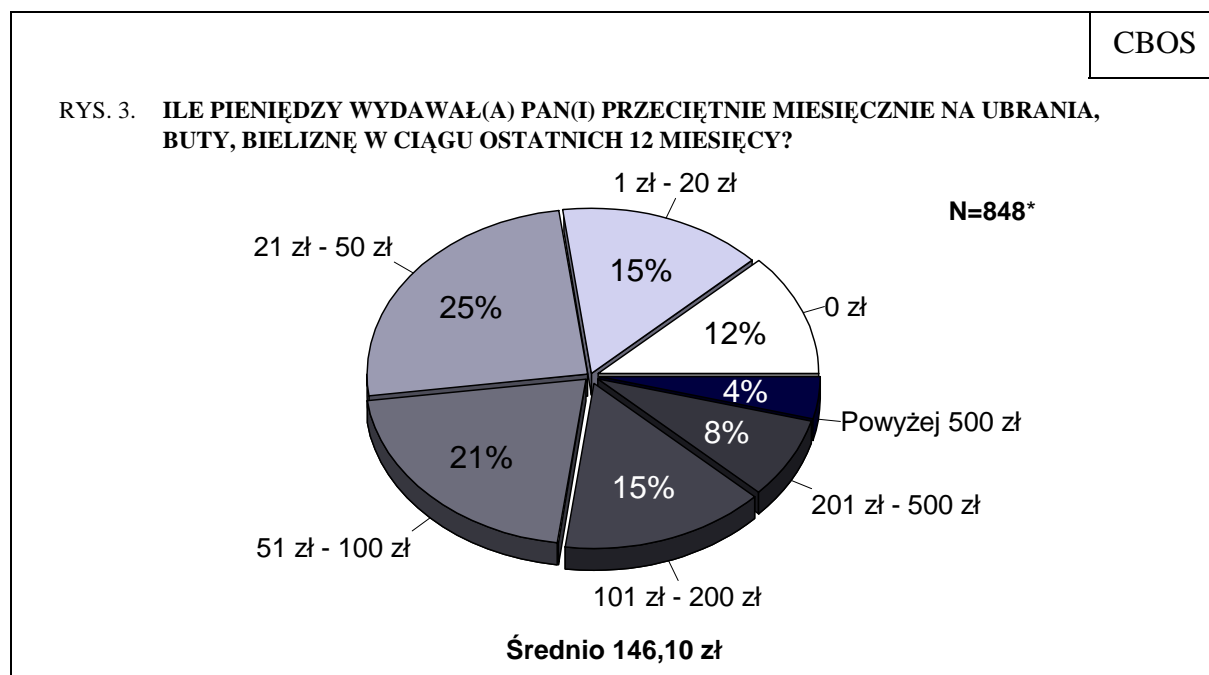
Średnie zostały obliczone z uwzględnieniem osób, które w ogóle nie dokonywały zakupów

Czynnikiem najbardziej różnicującym ilość kupowanych ubrań jest wiek. Najmłodszy badani kupują najwięcej, a im starsi, tym niższa przeciętnie liczba zakupionych sztuk odzieży. Jedynym wyjątkiem od tej reguły jest liczba kupionych w ostatnim roku garniturów lub garsonek.

Liczba kupowanych ubrań rośnie wraz z poziomem wykształcenia badanych oraz wielkością miejsca ich zamieszkania. Ponadto więcej ubrań niż inni kupują osoby osiągające wysokie dochody i uważające własne warunki materialne za dobre.

Wbrew rozpowszechnionemu stereotypowi o zawartości kobiecych szaf, różnice co do średniej liczby ubrań zakupionych przez kobiety i mężczyzn, są minimalne. W ciągu dwunastu miesięcy poprzedzających sondaż kupowali oni przeciętnie tyle samo koszul czy bluzek, spódnic czy spodni, a nawet butów!

Badanych zapytaliśmy również, ile pieniędzy w ciągu ostatniego roku wydawali przeciętnie miesięcznie na ubrania, buty, bieliznę. Okazuje się, że 12% ankietowanych nie poniosło żadnych kosztów, ponieważ nie kupowało ubrań. Większość (61%) wydawała w tym czasie na ubrania, buty i bieliznę do 100 zł miesięcznie, w tym 15% badanych - nie więcej niż 20 zł, a jedna czwarta - od 21 zł do 50 zł. Wydatki kolejnych 15% ankietowanych wynosiły od 101 zł do 200 zł. Niewielu respondentów (8%) przeznaczyło na ten cel od 201 zł do 500 zł, a nieliczni (4%) wydali ponad 500 zł.



\* Przy obliczeniach pominięto odpowiedzi „trudno powiedzieć”

Polacy przeznaczali na ubrania średnio miesięcznie prawie 150 zł (gdyby uwzględnić wyłącznie te osoby, które poniosły jakiegokolwiek wydatki, średnia kwota wyniosłaby miesięcznie 166 zł).

Podobnie jak w przypadku ilości kupowanych ubrań również w kwestii przeznaczanych na nie pieniędzy odpowiedzi mężczyzn i kobiet różnią się nieznacznie: panowie wydawali na ubrania średnio 145 zł, panie zaś - 147 zł (przy czym więcej kobiet niż mężczyzn w ogóle nie kupowało ubrań). Największe znaczenie ma tu poziom wykształcenia i ocena własnych warunków materialnych: osoby najlepiej wykształcone i dobrze oceniające swoją sytuację materialną wydają na ubrania zdecydowanie więcej niż przeciętnie, średnia w tych grupach wynosi odpowiednio 281 zł (a więc prawie dwa razy więcej niż wśród ogółu badanych) i 235 zł. Najmniej wydają osoby słabo wykształcone i źle oceniające własne warunki materialne, wśród nich również najwyższy jest odsetek tych, które przeznaczają na ubrania mniej niż 20 zł miesięcznie albo w ogóle ich nie kupują (por. tabele aneksowe).

Mniejsze znaczenie niż w przypadku ilości kupowanych ubrań ma natomiast wiek badanych. Najmłodszy (mający od 18 do 24 lat) przeznaczają na odzież i buty kwoty wyższe niż przeciętnie, jednak nie są grupą, która wydaje najwięcej. Zdecydowanie wyższe sumy wydają bowiem osoby w wieku od 25 do 34 lat. Oznacza to, że najmłodszy kupują co prawda najwięcej ubrań, ale nie są to ubrania najdroższe (zob. tabele aneksowe).

Co piąty respondent (19%) twierdzi, że w ciągu minionych dwunastu miesięcy nie kupił ani jednej pary butów. Nowe koszule lub bluzki, spodnie bądź spódnice nie znalazły się w szafach co czwartej osoby (odpowiednio: 25% i 28%). Prawie połowa badanych nie dokonała w ciągu ostatniego roku zakupu swetra (48%), płaszcza lub kurtki (46%), a niemal dwie trzecie (63%) nie nabyło żadnego garnituru, kostiumu, garsonki, żakietu czy marynarki (por. tabelę 2). Zapytaliśmy więc, jakie były powody rezygnacji z tych zakupów.

We wszystkich przypadkach najczęściej wskazywanym powodem był brak potrzeby zakupu określonego elementu stroju. Ponad połowa badanych, którzy deklarowali, że w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy nie kupowali butów, koszul lub bluzek, spodni czy spódnic, swetrów, płaszczy, garniturów oraz garsonek, twierdziła, że wystarczą im te ubrania, które mają. Drugim istotnym powodem rezygnacji z zakupu ubrań był brak pieniędzy. Niekupowanie w ciągu ostatniego roku butów, koszul lub bluzek oraz spódnic i spodni (czyli elementów odzieży na ogół częściej noszonych, a zatem szybciej się zużywających i bardziej

potrzebnych niż pozostałe uwzględnione w badaniu) deklaruje ponad jedna trzecia badanych, a w przypadku bardziej trwałych i mniej uniwersalnych swetrów, płaszczy i kurtek oraz garniturów lub garsonek nieco mniejsza grupa (od 28% do 30%). Pozostałe powody, czyli to, że odzież kupuje ktoś inny, lub to, że w ofercie rynkowej nie znalazły się takie ubrania, które podobałyby się kupującemu, wskazywali nieliczni.

Tabela 4

Dlaczego nie kupował(a) Pan(i):	Nie potrzebuję: te, które mam, mi wystarczą			Brak pieniędzy, nie stać mnie na nie			Ktoś inny z mojego gospodarstwa domowego kupuje mi ubrania			Nie znalazłem(a)m takich, które by mi się podobały			Inne powody		
	Ogółem	Mężczyźni	Kobiety	Ogółem	Mężczyźni	Kobiety	Ogółem	Mężczyźni	Kobiety	Ogółem	Mężczyźni	Kobiety	Ogółem	Mężczyźni	Kobiety
	w procentach														
- koszul, bluzek (N=254)	56	63	50	35	24	44	5	7	3	0	1	0	4	4	4
- spodni, spódnic (N=280)	55	64	50	36	28	40	3	4	3	2	1	3	4	3	5
- butów (N=191)	55	61	51	37	30	43	4	5	3	1	0	2	2	4	1
- swetrów (N=483)	61	68	56	28	18	36	3	4	2	2	2	2	6	9	4
- płaszczy, kurtek (N=470)	66	75	60	30	22	36	1	2	1	1	0	1	1	1	2
- garniturów, garsonek (N=644)	62	75	47	30	17	44	1	2	1	2	1	2	5	5	5

W tabeli uwzględniono odpowiedzi tylko tych osób, które nie kupowały danych produktów, pominięto odpowiedzi „trudno powiedzieć”

Odpowiedzi na to pytanie w dużym stopniu różnicuje płeć badanych. Mężczyźni zdecydowanie częściej niż kobiety wyjaśniali, że nie kupili jakiegoś ubrania, bo go nie potrzebują (w przypadku płaszczy i garniturów twierdziło tak trzy czwarte). Kobiety zaś częściej nie dokonywały tego rodzaju zakupów z powodu braku pieniędzy (około dwóch piątych takich deklaracji). Ponadto mężczyźni nieco częściej niż kobiety odpowiadali, że ubrania kupuje im ktoś z ich gospodarstwa domowego - odnosi się to do wszystkich elementów garderoby.

Jeszcze większy wpływ na uzyskane odpowiedzi miała ocena własnych warunków materialnych. Badani określający swoją sytuację materialną jako dobrą w ogromnej większości twierdzą, że nie kupowali ubrań, ponieważ ich nie potrzebują (ponad 80% wskazań, a w przypadku butów oraz płaszczy lub kurtek nawet 90%). Ci, którzy oceniają swoje warunki materialne jako złe, częściej wskazywali na brak pieniędzy jako powód, dla którego w ostatnim roku nie kupowali ubrań. Tylko w przypadku swetrów i płaszczy lub kurtek powód ten ustępował brakowi potrzeb, w przypadku pozostałych części garderoby istotniejsza okazała się jednak źle oceniana własna sytuacja materialna - brak pieniędzy wskazywała ponad połowa badanych z tej grupy.

### **CZY ŁATWO JEST KUPIĆ ODPOWIEDNIE UBRANIE**

Badani bardzo rzadko twierdzą, że nie kupowali ubrań, ponieważ nie znaleźli takich, które by im się podobały. Zapytaliśmy jednak, czy znalezienie odpowiedniego stroju przychodzi im z łatwością czy też raczej sprawia problemy.

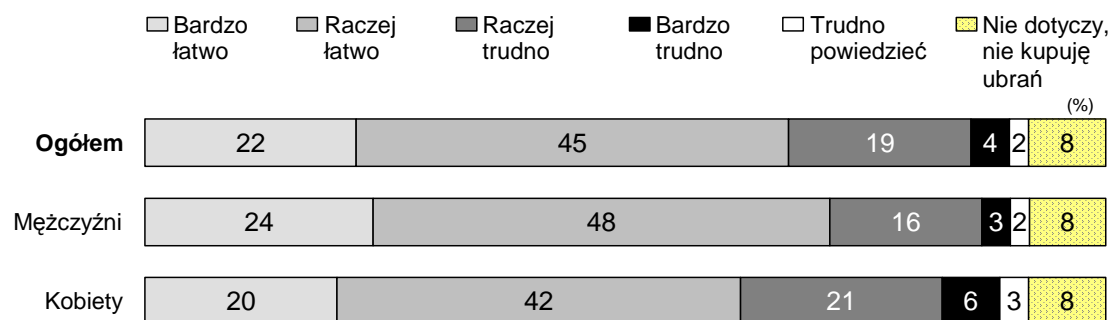
Okazało się, że oferta handlowa najlepiej zaspokaja potrzeby Polaków, jeśli chodzi o rozmiar ubrań. Dwie trzecie badanych (67%) deklaruje, że łatwo (przy czym 22% ocenia, że bardzo łatwo) znajduje ubrania odpowiednie pod względem rozmiaru. Jednak prawie jedna czwarta uważa, że dobranie stroju pasującego do sylwetki jest trudne.

Nieco trudniej jest trafić w gust estetyczny Polaków, choć ponad trzy piąte (61%) twierdzi, że bez większego trudu znajduje ubrania, które im się podobają. Problemy ze znalezieniem ubrania odpowiedniego pod względem fasonu czy koloru deklaruje 28% ankietowanych.

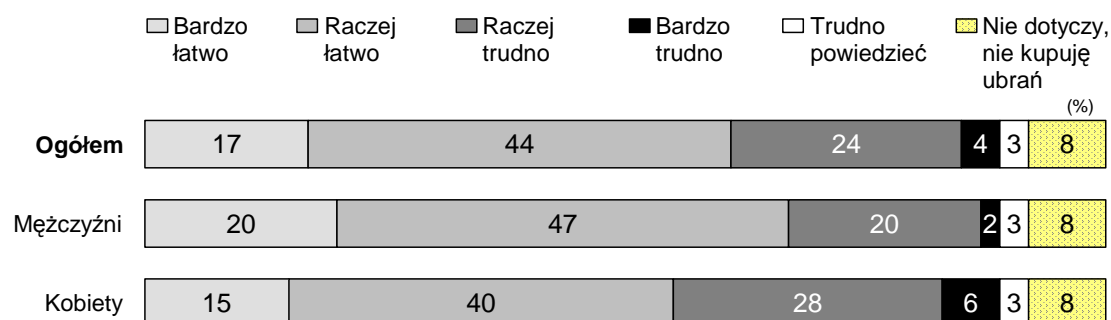
Tym, co najczęściej przeszkadza badanym przy zakupie ubrań, jest cena: 44% uważa, że trudno znaleźć ubrania odpowiednie pod tym względem, jednak tyle samo (45%) twierdzi, że obecna oferta handlowa pozwala na zakup strojów po przystępnej cenie.

Kobiety są nieco bardziej wybredne niż mężczyźni - częściej deklarują, że oferta handlowa nie ułatwia im znalezienia odpowiednich strojów. Odsetek kobiet niezadowolonych z proponowanych cen przekracza połowę (51%).

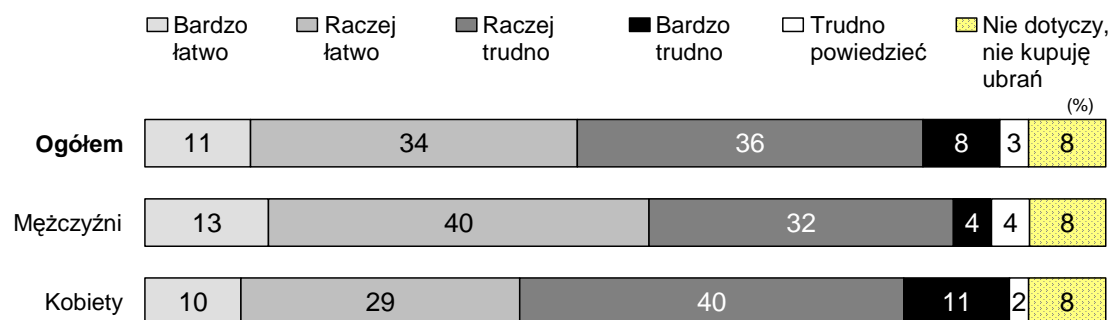
**RYS. 4. CZY ZAZWYCZAJ JEST PANU(I) ŁATWO CZY TEŻ TRUDNO ZNALEŹĆ W OFERCIE HANDLOWEJ UBRANIA, KTÓRE ODPOWIADAJĄ PANU(I) POD WZGLĘDEM: ROZMIARU, TZN. MAJĄ TAKI ROZMIAR, JAKI PAN(I) NOSI, PASUJĄ DO PANA(I) SYLWETKI**



**ESTETYCZNYM, TZN. MAJĄ ODPOWIEDNI FASON, KOLOR, PO PROSTU PODOBAJĄ SIĘ PANU(I)**

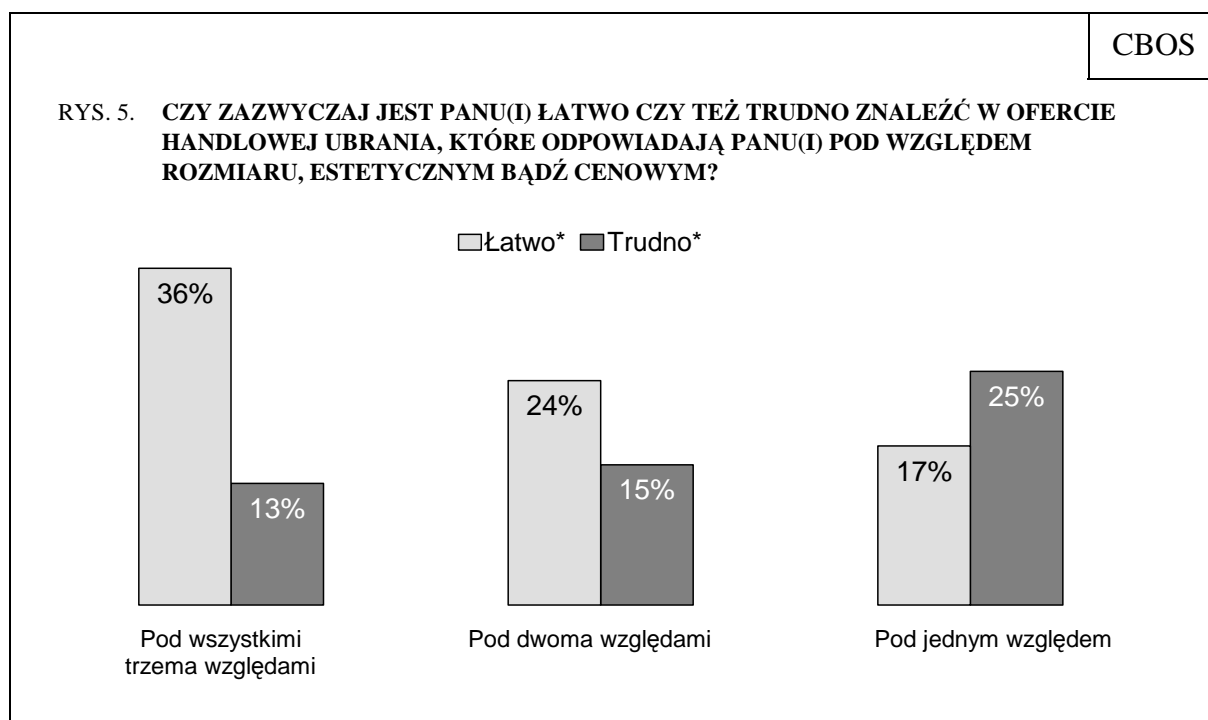


**CENOWYM, TZN. ICH CENA JEST DLA PANA(I) ODPOWIEDNIA**



Na możliwość zaspokojenia potrzeb ubraniowych na ogół wpływa także zasobność portfela: osoby mające wysokie dochody i dobrze oceniające własne warunki materialne częściej niż przeciętnie przyznawały, że znalezienie stosownych ubrań przychodzi im z łatwością (zob. tabele aneksowe).

Ponad jedna trzecia badanych (36%) uważa, że łatwo jest (odpowiedzi „bardzo łatwo” i „raczej łatwo” łącznie) znaleźć w ofercie handlowej ubrania spełniające wszystkie wymienione warunki, a jedna czwarta (24%) - że łatwo kupić ubrania odpowiadające pod dwoma względami. Co szósty respondent (17%) z łatwością znajduje ubrania spełniające tylko jeden warunek. Z kolei 25% ankietowanych ma trudności z dobraniem ubrania z jednego powodu, dalsze 15% - z dwóch, a co ósmej osobie (13%) trudno jest kupić ubrania odpowiadające zarówno pod względem estetycznym, cenowym, jak i rozmiaru.

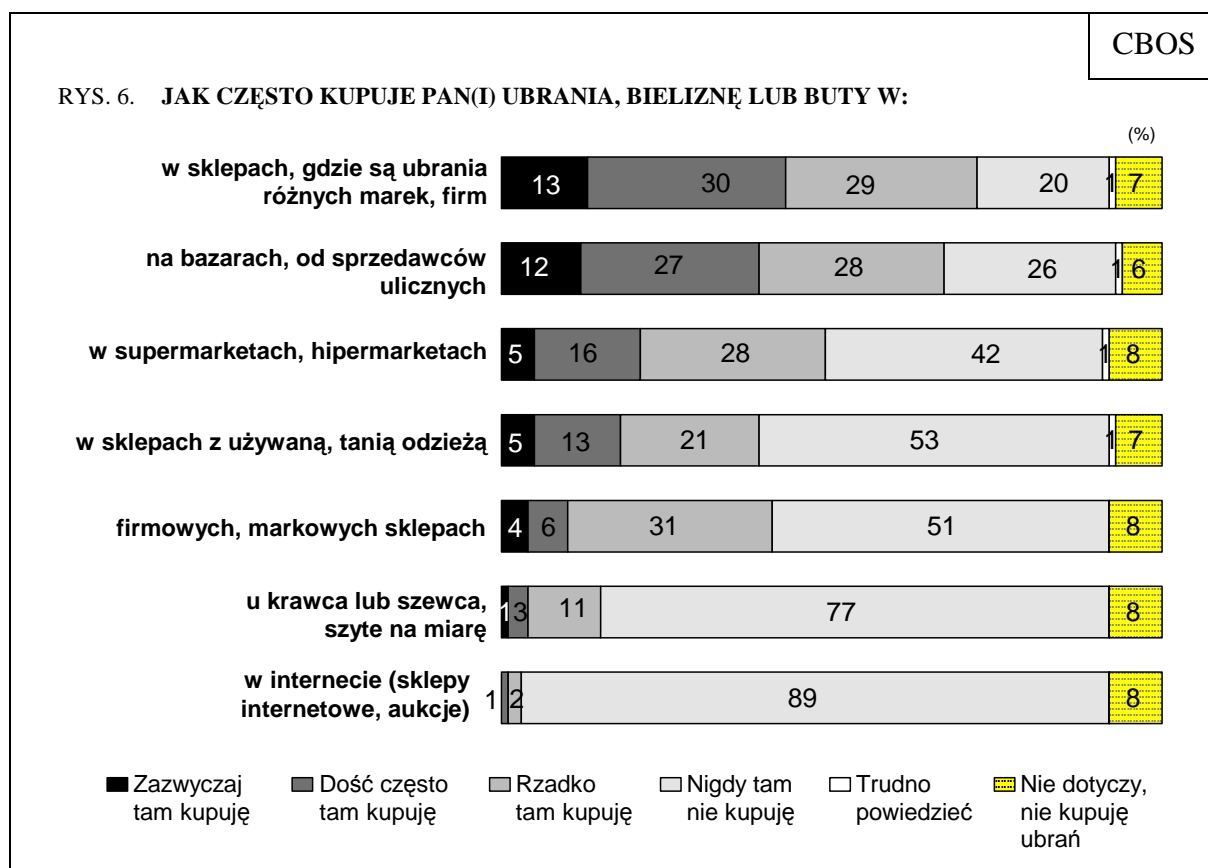


\* Zsumowano odpowiedzi „bardzo łatwo” i „raczej łatwo” oraz „bardzo trudno” i „raczej trudno”

Kobiety rzadziej niż mężczyźni deklarują, że nie mają problemów z wyszukaniem dla siebie stroju, który odpowiadałby ich wszystkim wymaganiom, częściej też widzą trudności we wszystkich aspektach. Znalezienie ubrania odpowiadającego pod każdym względem najmniej trudności sprawia badanym, którzy dobrze oceniają własne warunki materialne; w tej grupie najmniejszy jest też odsetek osób, które wymieniły wszystkie trzy aspekty stroju jako sprawiające im trudności.

### GDZIE NAJCZĘŚCIEJ POLACY KUPUJĄ UBRANIA

Badanie wykazało, że największą popularnością cieszą się sklepy odzieżowe z mieszaną ofertą - więcej niż dwie piąte badanych (43%) kupuje w nich dość często i bardzo często, a tylko co piąty (20%) deklaruje, że nigdy nie robi tam zakupów. Prawie taką samą popularnością cieszy się handel uliczny i bazarowy - 12% ankietowanych twierdzi, że odzież, bieliznę, buty zazwyczaj kupuje na bazarach i u sprzedawców ulicznych, a kolejne 27% robi to dość często. Jedna czwarta nigdy nie korzysta z takich ofert.



Inne formy sprzedaży ubrań cieszą się mniejszą popularnością: co piąty respondent (21%) zaopatruje się zazwyczaj bądź dość często w supermarketach i hipermarketach. Niewiele mniej osób (18%) często robi zakupy w sklepach z używaną, tanią odzieżą, jednak ponad połowa (53%) nigdy tam nie kupuje. Prawie tyle samo (51%) nigdy nie kupuje w sklepach firmowych, markowych, a zazwyczaj lub dość często robi tam zakupy tylko co dziesiąty respondent (10%).



Większość badanych (77%) deklaruje, że nigdy nie korzystała z usług krawca bądź szewca; jedynie 15% - przynajmniej rzadko korzysta z tej formy zakupu ubrań, przy czym zaledwie co setny (1%) twierdzi, że jest to stały zwyczaj. Najmniejszym powodzeniem cieszą się zakupy internetowe - z możliwości kupowania odzieży, bielizny lub butów w sklepie internetowym bądź na aukcji korzystają nieliczni (3%). Zapewne kupującym brakuje zaufania do tej formy nabywania ubrań - mimo że mają one standaryzowane rozmiary, najlepiej jest je przymierzyć przed podjęciem decyzji o kupieniu. Ponadto zakupy internetowe nie cieszą jeszcze w Polsce zbyt dużą popularnością<sup>4</sup>.

Największy wpływ na to, gdzie Polacy kupują ubrania, ma wykształcenie i wysokość dochodów: osoby dobrze sytuowane i najlepiej wykształcone częściej niż pozostałe robią zakupy w firmowych, markowych sklepach, częściej również zamawiają ubrania u krawca czy przez internet. Z kolei wśród osób o najniższych dochodach największą popularnością cieszą się bazyry i uliczni handlowcy - tylko 16% badanych z tej grupy deklaruje, że nigdy u nich nie kupuje, a połowa co najmniej dość często robi tam zakupy. Drugim źródłem zaopatrzenia w ubrania są dla osób gorzej sytuowanych sklepy z używaną odzieżą, gdzie często robi zakupy co trzecia z nich (zob. tabele aneksowe).

Wielkość miejsca zamieszkania wpływa na częstość robienia zakupów na bazarach i w markowych sklepach: mieszkający na wsi i w najmniejszych miastach znacznie częściej niż pozostali kupują od sprzedawców ulicznych, natomiast mieszkańcy największych miast - w sklepach firmowych. Również osoby najmłodsze częściej niż przeciętnie deklarują, że kupują w takich sklepach. Do markowych sklepów częściej zaglądają mężczyźni niż kobiety - one z kolei w większym stopniu niż mężczyźni korzystają z usług krawców bądź szewców.

Stali klienci markowych sklepów (osoby, które zazwyczaj lub dość często robią tam zakupy) zdecydowanie częściej niż ogół badanych deklarują, że nigdy nie robią zakupów w sklepach z używaną odzieżą i na bazarach.

---

<sup>4</sup> Zob. komunikat CBOS „Internet i komputery: wyposażenie gospodarstw domowych, korzystanie, perspektywy rozwoju”, kwiecień 2005, oprac. M. Wenzel.

Tabela 5

Jak często kupuje Pan(i) ubrania, bieliznę lub buty w:	Odpowiedzi ogółu badanych		Odpowiedzi osób deklarujących, że „zazwyczaj” i „dość często” robią zakupy w firmowych, markowych sklepach (N=109)	
	Często tam kupuję*	Nigdy tam nie kupuję	Często tam kupuję*	Nigdy tam nie kupuję
	w procentach			
- w sklepach z używaną, tanią odzieżą	18	53	7	81
- na bazarach, od sprzedawców ulicznych	39	26	9	64

Pominięto odpowiedzi „rzadko tam kupuję”, „trudno powiedzieć” i „nie dotyczy, nie kupuję ubrań”

\*Zsumowano odpowiedzi „zazwyczaj tam kupuję” i „dość często tam kupuję”

Zależność ta działa także w przeciwnym kierunku - osoby często kupujące ubrania na bazarach i w sklepach z używaną odzieżą rzadziej niż pozostałe deklarują, że zaopatrują się w markowych sklepach, częściej niż inne zaś twierdzą, że nigdy nie kupują w firmowych sklepach.

Tabela 6

Jak często kupuje Pan(i) ubrania, bieliznę lub buty w:	Odpowiedzi ogółu badanych		Odpowiedzi osób deklarujących, że „zazwyczaj” i „dość często” robią zakupy w sklepach z używaną, tanią odzieżą (N=192)		Odpowiedzi osób deklarujących, że „zazwyczaj” i „dość często” robią zakupy na bazarach, u sprzedawców ulicznych (N=404)	
	Często tam kupuję*	Nigdy tam nie kupuję	Często tam kupuję*	Nigdy tam nie kupuję	Często tam kupuję*	Nigdy tam nie kupuję
	w procentach					
- firmowych, markowych sklepach	11	51	4	67	3	67

Pominięto odpowiedzi „rzadko tam kupuję”, „trudno powiedzieć” i „nie dotyczy, nie kupuję ubrań”

\*Zsumowano odpowiedzi „zazwyczaj tam kupuję” i „dość często tam kupuję”

### CO PODOBA SIĘ POLAKOM, A CO NIE W SPOSOBIE UBIERANIA SIĘ INNYCH

Powiada się, że nie szata zdobi człowieka. Obok tego przysłowia funkcjonuje jednak również inne porzekadło: „jak cię widzą, tak cię piszą” - wszak ubiór ma niebagatelny wpływ na to, jak jesteśmy postrzegani przez innych. Zapytaliśmy więc badanych, co im się szczególnie podoba, a co nie w tym, jak obecnie ubierają się kobiety i mężczyźni, co zyskuje aprobatę, a czego raczej należy unikać.

W przypadku stroju kobiet (mężczyzn również, ale o nich będzie mowa w dalszej części opracowania) najwyżej cenioną wartością jest elegancja - wymienia ją 19% ogółu ankietowanych, przy czym ważniejsza jest ona dla kobiet niż mężczyzn, badanych z wykształceniem wyższym lub średnim niż słabiej wykształconych. Co szósty respondent (16%) zwraca również uwagę na dobry gust Polek i towarzyszącą temu umiejętność dobierania stroju stosownie do okoliczności, wieku i figury.

Tabela 7

Co się Panu(i) <b>szczególnie podoba</b> w tym, jak dzisiaj ubierają się kobiety?	Ogółem	Odpowiedzi mężczyzn	Odpowiedzi kobiet
	w procentach		
Elegancja, styl klasyczny	19	15	23
Dobry gust, stosowność ubrania	16	14	17
Wyeksponowane ciało, seksowność	13	24	4
Kolory	12	9	15
Wygoda	7	5	8
Różnorodność, ekstrawagancja	7	4	10
Obecna moda (ogólnie lub różne konkretne przykłady nieujęte w innych punktach)	7	6	8
Kostiumy, garsonki	6	2	9
Skromność	5	4	6
Sukienki, spódnice	4	4	4
Spodnie	2	2	2
Swoboda wyboru ubrania	2	1	2
Kobiecość, styl kobiecy	2	2	2
Schludność, czystość	2	3	2
Modne ubieranie się	2	1	2
Wysoka jakość	1	0	1
Nic	1	1	1
Wszystko	2	2	1
Inne odpowiedzi	3	4	3
Trudno powiedzieć	18	20	16

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ badani mogli samodzielnie podać kilka odpowiedzi

Co ósmy ankietowany (13% ogółu, ale 24% mężczyzn i zaledwie 4% kobiet) za pozytywne zjawisko w dzisiejszej modzie kobiecej uważa dużą ilość strojów eksponujących ciało - obcisłych bądź dużo odsłaniających, przy czym szczególnie podobają się odsłonięte kobiece nogi (6% ogółu). Znaczna liczba badanych (12% ogółu, więcej kobiet niż mężczyzn) ceni współczesną kolorystykę ubrań, ich barwność. Doceniana jest również wygoda współczesnych strojów (7% ogółu) oraz ich duża różnorodność, brak monotonii, a nawet ekstrawagancja (7%), choć niewiele mniej osób (5%) wymieniło skromność w ubiorze jako tę cechę, którą najwyżej ceni.

Co czternastemu respondentowi (7%) podoba się ogólnie pojęta współczesna moda bądź konkretne jej elementy, np. „buty z czubem”, „stretch”, „krótkie kurteczki”, a także garsonki i kostiumy (wymieniło je 6% ogółu), spódnice i sukienki (4%) oraz spodnie (2%, przy czym część podkreślała, że podoba im się to, że obecnie kobiety mogą chodzić w spodniach).

Ekspozycja ciała, różnorodność strojów oraz ich ciekawą kolorystykę szczególnie cenią młodszy badani, natomiast dla osób w średnim wieku i starszych większe znaczenie ma raczej skromność stroju, częściej niż najmłodszym podobają im się również noszone przez panie garsonki i kostiumy.

To, że kobiety starają się ubierać modnie, zauważa i dobrze ocenia 2% badanych. Takie same liczebne grupy (po 2%) twierdzą, że podoba im się swoboda wyboru ubrania, styl podkreślający kobiecość, a także schludność i czystość. Co setny respondent zwraca uwagę na wysoką jakość współczesnych damskich ubrań.

Prawie jedna piąta badanych (18%) nie potrafiła określić, co im się podoba, w tym 4% wyraziło brak zainteresowania tą problematyką. Niewielkie grupy zajęły stanowiska skrajne, twierdząc, że podoba im się wszystko albo, nieco rzadziej, że nic im się nie podoba.

To, co jednym się podoba, u innych budzi zdecydowany sprzeciw. Najwyraźniejsze różnice opinii zaobserwowaliśmy w przypadku poglądów na ekspozycję ciała we współczesnej modzie. Mimo licznych zwolenników, szczególnie wśród panów, ma ono jeszcze większą liczebnie grupę przeciwników. Prawie jedna trzecia uczestników badania (wśród kobiet ponad dwie piąte) twierdzi, że nie podoba im się „golizna” czy „wszystko na wierzchu”, a także obcisłe i przezroczyste ubrania, przy czym szczególnie liczną (9% ogółu) grupę przeciwników mają odsłonięte brzuchy kobiet. Prawdopodobnie działa tu efekt nowości, ponieważ do spódniczek mini można było się przyzwyczajać przez ostatnie kilkadziesiąt lat, natomiast dekolty bywały modne również w czasach, gdy suknie musiała sięgać ziemi. Ponadto niechęć do odsłoniętych brzuchów może się wiązać i z tym, że dużej grupie osób (14% ogółu, przy czym kobiety są bardziej krytyczne niż mężczyźni) nie podoba się brak gustu i nieumiejętność dostosowania stroju do figury, sytuacji czy wieku. Badani niejednokrotnie podkreślali, że przeszkadza im nie tyle nagość sama w sobie, ile szczególnie nieumiejętne ekspozycje ciała, nieestetycznego z ich punktu widzenia, np. „tłusty brzuch na wierzchu”. Znaczej grupie badanych (12%) nie podobają się też kobiety ubrane wyzywająco i ekstrawagancko.

Tabela 8

Co się Panu(i) <b>szczególnie nie podoba</b> w tym, jak dzisiaj ubierają się kobiety?	Ogółem	Odpowiedzi mężczyzn	Odpowiedzi kobiet
	w procentach		
Wyeksponowane ciało, seksowność	31	18	42
Brak gustu, niedostosowanie stroju (do okoliczności, wieku, figury)	14	10	17
Ubrania wyzywające, ekstrawaganckie	12	9	14
Styl męski, noszenie spodni	5	8	2
Różne elementy obecnej mody (ogólnie lub konkretne przykłady nieujęte w innych punktach)	5	6	5
Niechlujstwo, zaniedbanie	4	4	3
Ubrania długie i szerokie	3	4	1
Ozdoby, makijaż, ich nadmiar bądź niska jakość	3	5	2
Kolory ubrań (szczególnie zbyt jaskrawe)	4	2	5
Zbytne podążanie za modą	1	1	1
Wszystko mi się podoba, podobają mi się kobiety	5	8	3
Inne odpowiedzi	2	1	2
Trudno powiedzieć	25	32	18

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ badani mogli samodzielnie podać kilka odpowiedzi

Pozostałe aspekty damskiej mody wymieniano wyraźnie rzadziej: części badanych (5% ogółu, w przeważającej mierze mężczyzn) nie podoba się, że kobiety noszą spodnie, ubierają się po męsku, a dalsze 3% krytykuje długie spódnice i obszerne ubrania, m.in. dlatego, że „nie widać nóg”. Co dwudziesty piąty Polak (4%) nie pochwała niechlujstwa i zaniedbania, nielicznym nie podoba się makijaż kobiet oraz nadmiar i niska jakość noszonych przez nie ozdób (3%), a także kolorowe ubrania (4% - szczególnie krytykowano zbyt jaskrawe kolory, choć znaleźli się również przeciwnicy nadmiaru czerni). Sporadycznie (1%) uznawano za wadę zbyt podążanie za modą prowadzące do tego, że „wszystkie są jednakowo ubrane”, „brak oryginalności w ubiorze”.

Wymieniano również obecną modę bądź różne konkretne jej przejawy (np. „niektóre fasony butów”, „stringi” czy „zbyt luźna bielizna”, „spodnie biodrówki”). Co dwudziesty badany (5%) twierdzi, że podoba mu się wszystko albo po prostu podobają mu się kobiety. Jedna czwarta nie potrafiła sprecyzować, co jej się nie podoba w tym, jak ubierają się kobiety, przy czym znikomy był odsetek niezainteresowanych tą problematyką (1%).

Im wyższe wykształcenie badanych, tym częstsze deklaracje, że nie podoba im się brak gustu i niestosowność stroju oraz zbyt wyzywający i ekstrawagancki sposób ubierania się. Co ciekawe, to ostatnie zjawisko negatywnie ocenia większy niż przeciętnie odsetek

najmłodszych badanych. Najstarsi z kolei są najkrytyczniej nastawieni do ubrań odstawiających zbyt dużo ciała - ponad połowa osób w wieku 65 lat i więcej wymienia zbyt nie roznegliżowanie jako wadę współczesnej mody damskiej.

Wśród pozytywnych ocen różnych aspektów stylu ubierania się Polek i Polaków jest kilka podobieństw. W przypadku mężczyzn również najczęściej wymienianą zaletą jest elegancja, ceniona przez 19% społeczeństwa (bardziej przez kobiety). Tyle samo (19% ogółu, częściej kobiety niż mężczyźni) deklaruje, że podobają im się noszone obecnie przez panów garnitury, koszule i krawaty. Warto podkreślić, że bardziej znaczące i zauważane jest noszenie garniturów przez mężczyzn niż kostiumów i garsonek przez kobiety (przypomnijmy: spontanicznie wymieniło je 6% badanych).

Tabela 9

Co się Panu(i) <b>szczególnie podoba</b> w tym, jak dzisiaj ubierają się mężczyźni?	Ogółem	Odpowiedzi mężczyzn	Odpowiedzi kobiet
	w procentach		
Elegancja, styl klasyczny	19	15	23
Garnitury, koszule, krawaty	19	12	24
Wygoda	10	13	7
Schludność, czystość, dbałość o wygląd	8	7	8
Styl sportowy	7	7	6
Dobry gust, stosowność ubrania	7	7	8
Aktualna moda (ogólnie lub różne konkretne przykłady nieuwjęte w innych punktach)	5	6	5
Kolory	3	2	3
Różnorodność, ekstrawagancja	2	1	2
Dżinsy	2	3	2
Swoboda wyboru ubrania	1	1	1
Wyeksponowane ciało	1	1	1
Wysoka jakość, markowe ubrania	1	2	1
Skromność	1	0	2
Modne ubieranie się	1	2	1
Nic	2	2	1
Wszystko	2	2	1
Inne odpowiedzi	4	3	4
Trudno powiedzieć	26	30	22

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ badani mogli samodzielnie podać kilka odpowiedzi

Co dziesiąty badany (10% ogółu, częściej mężczyźni niż kobiety) wysoko ceni wygodę współczesnych męskich ubrań, nieco mniejsza grupa (8%) jako zaletę postrzega schludność i czystość. Trzeba zaznaczyć, że respondenci często podkreślali, iż doceniają to, że mężczyźni zaczęli dbać o wygląd i obecnie przywiązują większą wagę do higieny osobistej niż kiedyś. Po 7% ankietowanych wymieniło wśród pozytywów styl sportowy w modzie oraz dobry gust i umiejętność doboru stroju do sytuacji. Kolory i różnorodność, tak często wymieniane jako zalety stylu ubierania się kobiet, w przypadku ubrań męskich podobają się nielicznym (odpowiednio: 3% i 2%).

Badanym podobają się również dzinsy (2%), swoboda wyboru ubrania, wysoka jakość odzieży, a także to, że mężczyźni ubierają się modnie (po 1%). Nieliczni (po 1%, mniej niż w przypadku oceny stylu ubierania się kobiet) jako pozytywy wymieniają z jednej strony stroje eksponujące ciało, a z drugiej skromność w ubiorze. Najwidoczniej kobiety bardziej niż mężczyźni są oceniane pod względem obyczajności stroju i umiejętności dobrania go do okoliczności, choć przyczyna takiego stanu rzeczy może tkwić i w tym, że to kobiety ubierają się „odważniej” i ich stroje bardziej zwracają uwagę. Tezę tę potwierdza również to, że więcej badanych nie umiało powiedzieć, co im się podoba w strojach męskich niż w kobiecych.

Dodajmy, że najmłodszy badani i mieszkańcy największych miast mniej cenią garnitury, dla nich bardziej istotną niż dla pozostałych cechą ubrań męskich jest wygoda. Wymienia ją wśród pozytywów również stosunkowo wysoki odsetek badanych z wyższym wykształceniem, którzy u współczesnych mężczyzn wysoko cenią także schludność i większą dbałość o wygląd.

Wprawdzie 8% ankietowanych uważa, że mężczyźni dbają obecnie o wygląd znacznie bardziej niż kiedyś, jednak niechlujstwo i zaniedbanie w ubiorze nadal są największym „grzechem” panów, dostrzeganym przez 17% badanych (przy czym im wyższy poziom wykształcenia, tym więcej postrzegających brak dbałości o wygląd). Co ósmy respondent (13%) nie lubi również obszernych ubrań (spodnie i bluzy, kojarzone z subkulturą skate bądź hip-hopu, przy czym w większości przypadków chodzi o „szerokie spodnie z krokiem w kolanach”). Negatywnie oceniany jest też brak gustu i niedostosowanie stroju do okoliczności (8%).

Tabela 10

Co się Panu(i) <b>szczególnie nie podoba</b> w tym, jak dzisiaj ubierają się mężczyźni?	Ogółem	Odpowiedzi mężczyzn	Odpowiedzi kobiet
	w procentach		
Niechlujstwo, zaniedbanie	17	15	19
Obszerne ubrania (w tym „spodnie z krokiem w kolanach” - 10%)	13	11	15
Brak gustu, niedostosowanie stroju (do okoliczności, wieku, figury)	8	7	10
Różne elementy obecnej mody (ogólnie lub konkretne przykłady nieujęte w innych punktach)	7	8	6
Ozdoby, kolczyki	4	5	4
Wyeksponowane ciało, seksowność	4	4	4
Dresy	3	3	3
Ubrania wyzywające, ekstrawaganckie	3	4	2
Fryzury (ogólnie lub konkretne przykłady)	2	2	2
Zniewieściałość	1	1	2
Nijakość	1	1	1
Zbytne podążanie za modą	1	1	1
Kolory ubrań	1	1	1
Wszystko mi się podoba	5	6	4
Inne odpowiedzi	3	2	3
Trudno powiedzieć	37	40	35

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ badani mogli samodzielnie podać kilka odpowiedzi

Ogólnie pojmowana współczesna moda męska nie podoba się co czternastej osobie (7%), mniejsze grupy (po 4%) nie lubią takich jej przejawów, jak kolczyki i inne ozdoby oraz stroje zbyt obcisłe bądź odkrywające zbyt dużo ciała; nielicznym nie podobają się również dresy (3% ogółu, 8% wśród najlepiej wykształconych), a także stroje wyzywające i ekstrawaganckie (3%). Sporadyczne (2%) były zastrzeżenia co do męskich fryzur (najczęściej wymieniano „łyse głowy” i „dredy”). Ponadto nie podobają się u dzisiejszych mężczyzn: zniewieściałość, nijakość (ten ostatni zarzut nie znalazł się wśród odpowiedzi dotyczących kobiet), zbytne podążanie za modą i kolorowe ubrania (po 1%).

Podobnie jak w przypadku oceny ubierania się kobiet, niektórym podoba się wszystko (5%). Prawie dwie piąte badanych (37%) nie potrafiło jednak powiedzieć, czy jest coś, co im nie odpowiada w tym, jak dziś ubierają się mężczyźni.



## OCENA TRENDÓW WE WSPÓŁCZESNEJ MODZIE

Odpowiedzi na pytanie otwarte pokazały, że niektóre aspekty dzisiejszej mody mają zarówno swoich zwolenników, jak i przeciwników. Pamiętamy, że opinie na temat eksponowania ciała przez kobiety były podzielone - okazuje się jednak, że głębokie dekolty i krótkie spódniczki są akceptowane przez większość badanych (odpowiednio: 57% i 54%). Ci, którym się one nie podobają, to grupy mniej liczne (odpowiednio: 35% i 39%). Nieco inaczej przedstawiają się opinie dotyczące ubrań odsłaniających brzuch (przypomnijmy, że 9% badanych spontanicznie odpowiedziało, że nie podobają im się takie stroje) - ich zwolennicy i przeciwnicy to grupy prawie równoliczne (45% i 47%), z tym że znacząco większa niż w poprzednich dwóch przypadkach jest liczba osób wyrażających zdecydowaną dezaprobatę.

Tabela 11

Czy podoba się Panu(i) czy też nie, że obecnie można spotkać na ulicy:	Podoba mi się	Nie podoba mi się	Trudno powiedzieć, to zależy
	w procentach		
- kobiety w bluzce z bardzo głębokim dekoltem	57 (16)	35 (14)	8
- kobiety w bardzo krótkiej spódniczce	54 (18)	39 (15)	7
- kobiety w ubraniu odsłaniającym brzuch	45 (14)	47 (25)	7
- mężczyzn z włosami ogolonymi bardzo krótko lub zupełnie „na zero”	44 (9)	45 (22)	11
- mężczyzn z tatuażem, np. na ramieniu	40 (6)	50 (29)	10
- kobiety z włosami ufarbowanymi na nienaturalny, jaskrawy kolor	35 (7)	56 (24)	9
- mężczyzn z długimi włosami	29 (5)	58 (32)	12
- kobiety z tatuażem, np. na ramieniu	27 (5)	66 (41)	6
- mężczyzn z kolczykami w uszach	16 (2)	78 (53)	6
- mężczyzn z farbowanymi włosami	13 (2)	80 (50)	7
- kobiety z kolczykiem w nosie	12 (3)	83 (55)	5
- mężczyzn z kolczykiem w nosie	7 (1)	88 (65)	5
- mężczyzn z wydepilowanymi nogami	7 (1)	75 (54)	19

Zsumowane odpowiedzi „zdecydowanie mi się podoba” i „raczej mi się podoba” oraz „zdecydowanie mi się nie podoba” i „raczej mi się nie podoba”. W nawiasach podano odpowiedzi skrajne

Śmiałe odsłanianie kobiecego ciała ma zwolenników przede wszystkim wśród mężczyzn oraz młodszych badanych. Kobiety oraz osoby starsze częściej twierdzą, że nie podobają im się głębokie dekolty, krótkie spódniczki i odkryte brzuchy.

Tabela 12

Czy podoba się Panu(i) czy też nie, że obecnie można spotkać na ulicy:	Podoba mi się*		
	Ogółem	Odpowiedzi mężczyzn	Odpowiedzi kobiet
	w procentach		
- kobiety w bluzce z bardzo głębokim dekoltem	57	71	44
- kobiety w bardzo krótkiej spódnicy	54	70	40
- kobiety w ubraniu odsłaniającym brzuch	45	62	30
- mężczyzn z włosami ogolonymi bardzo krótko lub zupełnie „na zero”	44	43	45
- mężczyzn z tatuażem, np. na ramieniu	40	44	36
- kobiety z włosami ufarbowanymi na nienaturalny, jaskrawy kolor	35	35	36
- mężczyzn z długimi włosami	29	25	33
- kobiety z tatuażem, np. na ramieniu	27	29	25
- mężczyzn z kolczykami w uszach	16	14	18
- mężczyzn z farbowanymi włosami	13	11	13
- kobiety z kolczykiem w nosie	12	10	14
- mężczyzn z kolczykiem w nosie	7	5	8
- mężczyzn z wydepilowanymi nogami	7	4	9

\* Zsumowano odpowiedzi „zdecydowanie mi się podoba” i „raczej mi się podoba”

Podzielone są również opinie na temat bardzo krótko ostrzyżonych lub wręcz „na zero” ogolonych męskich głów. Co ciekawe, taki sposób strzyżenia nieznacznie bardziej niż pozostałym podoba się osobom osiągającym najwyższe dochody i dobrze oceniającym własną sytuację materialną, natomiast z mniejszą niż przeciętna aprobatą spotyka się wśród osób starszych i respondentów o poglądach prawicowych (por. tabele aneksowe).

Pozostałe wymieniane przez nas trendy nie podobają się co najmniej połowie badanych, choć stopień ich akceptacji jest zróżnicowany. Dwie piąte respondentów deklaruje, że podoba im się tatuaż u mężczyzny, np. na ramieniu, połowa jednak nie akceptuje tego (50%, w tym 29% zdecydowanie). Tatuaż kobiecy spotyka się z jeszcze mniejszą aprobatą - niewiele ponad jedna czwarta badanych twierdzi, że im się podoba, a przeciwnicy to aż dwie trzecie. Tatuaże (u mężczyzn czy u kobiet) mają więcej zwolenników wśród osób młodszych oraz dobrze oceniających swoją sytuację materialną, częściej też akceptują je mężczyźni niż kobiety.

Ponad połowie badanych nie podobają się również kobiety z włosami ufarbowanymi na nienaturalny, jaskrawy kolor. Farbowania włosów przez mężczyzn nie aprobuje aż cztery piąte Polaków (80%). Stosunkowo wyższa jest tolerancja dla noszonych przez mężczyzn długich włosów (29% wobec 58% dezaprobaty). Farbowane włosy najbardziej nie podobają się osobom najstarszym, natomiast mężczyźni o długich włosach zyskują nieco wyższą niż przeciętna aprobatę wśród kobiet i osób z wyższym wykształceniem.

Nieakceptowane jest noszenie przez mężczyzn kolczyków w uszach (78%) lub w nosie (88%). Kolczyk w nosie kobiety również nie podoba się ogromnej większości Polaków (83%). Z ponadprzeciętną akceptacją spotyka się noszenie kolczyków tylko wśród badanych do 34 roku życia.

To, że obecnie można spotkać na ulicy mężczyzn z wydepilowanymi nogami, pozytywnie ocenia 7% badanych, natomiast trzy czwarte (75%) wyraża opinie negatywne.

Okazuje się, że odkryte kobiece ciało, w tym także od niedawna widoczne na ulicach brzuchy, cieszy się o wiele większą aprobatą niż zdobienia w postaci tatuażu czy kolczyków. Prawdopodobnie z samym ciałem Polacy są już „oswojeni”, być może zgadzają się z tym, że *naturalia non sunt turpia* (choć otwarcie krytykują eksponowanie tego, co uważają za brzydkie), natomiast kolczyki i tatuaże, jako ingerencja w naturę, nie są akceptowane. Potwierdzenie tej tezy wymagałoby jednak pogłębionych badań.

#### **„TRZA BYĆ W BUTACH NA WESELU”**

Polacy pytani o to, co im się podoba, a co nie w tym, jak dzisiaj ubierają się kobiety i mężczyźni, dość często zwracają uwagę na stosowność stroju. Ważne jest, żeby ubranie pasowało do wieku czy sylwetki, ale również to, by było odpowiednie na daną okazję. Badanym nie podobają się np. „kobiety w kościele z odkrytymi brzuchami” lub „za skąpo ubrane do pracy”, ale także - w odniesieniu do mężczyzn - „dżinsy na każdą okazję”, „podkoszulki jako ubiór na ulicę” czy nawet „przesadzanie z elegancją”. Zwracano uwagę na to, że obecnie ludzie ubierają się „często nieelegancko, mimo że wymaga tego sytuacja”.

W Polsce powszechne jest przekonanie, że sytuacje wymagające eleganckiego, odświętnego stroju to przede wszystkim śluby i pogrzeby. Ogromna większość społeczeństwa (90%) uważa również, że należy ubrać się elegancko, kiedy idzie się w odwiedziny do znajomych lub rodziny w starszym wieku, jednak tylko połowa jest o tym w pełni przekonana, natomiast 8% badanych twierdzi, że nie ubrałoby się z tej okazji jakoś szczególnie. Trzy czwarte ankietowanych sądzi, że odwiedziny u rodziny lub znajomych w młodym wieku wymagają również odświętnego stroju (76%, w tym dwie piąte wyraża tę opinię zdecydowanie), jedna piąta natomiast jest zdania, że z takiej okazji nie ma potrzeby ubierać się elegancko.

Tabela 13

Które z wymienionych przypadków wymagają, Pana(i) zdaniem, stroju szczególnego, odświętnego, bardziej eleganckiego niż na co dzień? Czy ubrał(a)by się Pan(i) inaczej niż na co dzień z okazji:	Tak	Nie	Trudno powiedzieć	Nie dotyczy, nie biorę udziału
	w procentach			
- ślubu kogoś znajomego	99 (89)	0 (0)	0	1
- pogrzebu	98 (81)	2 (0)	0	0
- odwiedzin u znajomych lub rodziny w starszym wieku	90 (50)	8 (1)	0	1
- sylwestra	88 (74)	3 (0,5)	1	9
- niedzielnej mszy w kościele	87 (56)	10 (1)	1	3
- rozmowy o pracę	83 (67)	1 (0,5)	1	14
- wyjścia do teatru, opery	80 (65)	2 (1)	1	17
- odwiedzin u znajomych lub rodziny w młodym wieku	76 (41)	19 (2)	2	2
- egzaminu w szkole, na uczelni	71 (59)	2 (0)	1	26

Zsumowane odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak” oraz „zdecydowanie nie” i „raczej nie”. W nawiasach podano odpowiedzi skrajne

Polacy w większości twierdzą, że ubraliby się odświętnie z okazji sylwestra (88%), niedzielnej mszy (87%), wyjścia do teatru, opery (80%). Większość uważa również, że inaczej niż na co dzień należy się ubrać idąc na rozmowę w sprawie pracy (83%) lub egzamin w szkole czy na uczelni (71%).

Badani są na ogół zgodni, że należy się ubrać elegancko na ślub i pogrzeb. Natomiast we wszystkich pozostałych przypadkach kobiety nieco częściej niż mężczyźni należą do zdecydowanych orędowniczek odświętnego ubierania się. Okazuje się również, że im młodszy i bardziej zamożni są badani, tym mniejszą (choć nadal dużą) wagę przywiązują do odpowiedniego ubrania. Możliwe jednak, że w przypadku respondentów dobrze oceniających własne warunki materialne ubranie „codzienne” jest strojem, który pozostali uznają za „elegancki” - wszak często na co dzień chodzą oni w np. garniturach.



Polacy podchodzą do kwestii ubierania się w sposób bardzo praktyczny, liczy się dla nich przede wszystkim wygoda stroju i jego niska cena. Nie znaczy to jednak, że - gdyby mogli - nie ubieraliby się inaczej. Wielu badanych chciałoby móc sobie pozwolić na ubrania dobre jakościowo, markowe i w większym niż dotąd stopniu nadszyc za modą. Stosunkowo niskie dochody uniemożliwiają znacznej części społeczeństwa pełne zaspokojenie tych

pragnień. Mimo że dla 36% Polaków znalezienie w sklepach (lub na bazarach) ubrań odpowiadających im pod względem rozmiaru, estetycznym i cenowym nie stanowi większego problemu, handlowcy nie powinni jednak spać spokojnie, wiedząc, że co najmniej 20% ich potencjalnych klientów ma trudności ze znalezieniem strojów, które by im się podobały i pasowały do ich sylwetki, a prawie połowa z trudem znajduje ubrania mające przystępną cenę.

Zarówno u mężczyzn, jak i u kobiet wysoko ceniona jest elegancja (w przypadku mężczyzn również to, że obecnie często noszą ładne garnitury i krawaty), natomiast najbardziej krytykowane są damskie ubrania odsłaniające zbyt dużo ciała oraz niechlujstwo mężczyzn i noszone przez nich obszerne spodnie i bluzy. Z dezaprobatą spotyka się również nieumiejętność dobrania stroju do okoliczności, wieku i figury. Okazuje się, że znaczenie odpowiedniego ubrania jest w Polsce bardzo duże i naprawdę nieliczni deklarują, że zdecydowaliby się na założenie codziennego stroju na ślub, pogrzeb czy zabawę sylwestrową. Podobnie traktowane są egzaminy i rozmowy o pracę oraz wyjścia do opery czy teatru. Stosunkowo najwięcej (choć i tak niewiele) osób zadeklarowało, że eleganckiego ubrania nie wymagają odwiedziny u znajomych (szczególnie młodych) i niedzielna msza w kościele. Okazuje się, że powiedzenie „jak cię widzą, tak cię piszą”, jest stale aktualne i jedynie nieliczni pozwalają sobie na jego ignorowanie.

Opracowała

Joanna LEWANDOWSKA

## A N E K S

Tabela 1. Jakie ubrania najczęściej kupuje Pan(i) dla siebie? 1 - Wysokiej jakości, dobre gatunkowo; 2 - Modne, na czasie; 3 - Wygodne, takie, w których czuję się swobodnie; 4 - Seksowne, takie, w których wzbudzam zainteresowanie płci przeciwnej; 5 - Tanie; 6 - Nietypowe, inne niż noszą wszyscy 7 - Markowe 8 - Eleganckie; (%)

	1	2	3	4	5	6	7	8
Ogółem	18	21	84	2	55	8	8	28
Płeć								
Mężczyźni	20	20	85	2	54	6	11	27
Kobiety	17	22	83	2	55	10	4	29
Wiek								
18-24 lat	28	43	87	5	34	13	25	32
25-34	21	30	86	3	47	11	10	31
35-44	21	23	89	1	62	10	6	28
45-54	12	13	86	1	66	6	5	28
55-64	15	12	87	0	67	6	1	28
65 lat i więcej	16	9	71	0	51	3	0	22
Miejsce zamieszkania								
Wieś	11	22	82	1	61	6	6	26
Miasto do 20 tys.	14	21	86	1	59	10	6	27
20-100 tys.	21	21	86	1	55	8	8	28
101-500 tys.	22	23	84	4	46	9	9	30
501 tys. i więcej mieszk.	35	17	85	2	44	11	13	32
Wykształcenie								
Podstawowe	12	13	76	2	66	3	3	21
Zasadnicze zawodowe	10	22	86	0	65	6	6	26
Średnie	24	27	89	2	45	13	12	30
Wyższe	38	22	85	5	32	11	11	46
Grupa społ.-zaw. pracujący								
Kadra kier., inteligencja	42	24	84	5	28	12	10	49
Prac. umysł. niż. szczebla	25	27	82	4	41	15	13	37
Pracownicy fiz. - umysł.	22	28	90	2	45	11	13	27
Robotnicy wykwalifikowani	16	22	93	0	64	4	4	30
Robotnicy niewykwalifik.	8	21	76	0	75	4	9	11
Rolnicy	13	21	96	5	66	5	6	31
Pracujący na własny rach.	20	17	87	0	44	13	12	40
Bierni zawodowo								
Renciści	10	13	76	1	69	3	2	19
Emeryci	17	11	79	0	57	4	1	25
Uczniowie i studenci	38	47	81	10	21	17	26	26
Bezrobotni	11	22	89	0	65	9	8	27
Gospodynie domowe i inni	11	28	84	0	57	16	8	28
Pracuje w:								
inst. państw., publicznej	31	24	79	2	42	9	13	37
spółce właścicieli								
prywatnych i państwa	22	33	93	2	53	12	7	26
sekt. pryw. poza rolnict.	18	23	89	2	51	10	10	32
prywatnym gosp. rolnym	15	21	91	2	68	5	2	26
Dochody na jedną osobę								
Do 300 zł	6	20	83	2	78	14	3	20
301-500	12	23	85	2	60	5	7	27
501-900	20	18	86	2	59	6	5	26
901-1200	27	26	81	2	32	4	14	35
Powyżej 1200 zł	36	30	76	2	35	17	12	37
Ocena własnych war. mater.								
Złe	13	14	81	1	75	9	3	20
Średnie	14	21	87	2	52	7	8	28
Dobre	34	33	84	2	30	8	14	39
Udział w prakt. religijnych								
Kilka razy w tygodniu	20	11	91	1	67	8	5	31
Raz w tygodniu	16	23	85	2	54	7	5	31
1-2 razy w miesiącu	18	25	80	2	58	7	9	21
Kilka razy w roku	19	23	87	2	49	11	10	27
W ogóle nie uczestniczy	27	13	71	2	52	11	16	24
Poglądy polityczne								
Lewica	22	23	87	2	52	9	10	33
Centrum	15	25	83	1	56	10	8	32
Prawica	23	20	87	2	52	7	8	27
Trudno powiedzieć	16	19	81	2	57	7	6	23

(continued)

Tabela 1. cd. 9 - Ukrywające niedoskonałości figury

(%)

	9	Inne	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	17	3	2	1037
Płeć				
Mężczyźni	8	4	2	495
Kobiety	25	3	3	542
Wiek				
18-24 lat	11	1	0	151
25-34	20	2	0	187
35-44	14	5	1	169
45-54	22	1	3	215
55-64	20	3	2	127
65 lat i więcej	12	8	8	188
Miejsce zamieszkania				
Wieś	14	3	3	391
Miasto do 20 tys.	12	4	2	128
20-100 tys.	19	3	2	199
101-500 tys.	19	4	2	199
501 tys.i więcej mieszk.	22	4	1	119
Wykształcenie				
Podstawowe	12	6	5	302
Zasadnicze zawodowe	15	2	1	265
Średnie	22	2	2	359
Wyższe	18	2	0	111
Grupa społ.-zaw. pracujący				
Kadra kier., inteligencja	15	0	1	70
Prac.umysł.niż.szczebła	26	3	1	81
Pracownicy fiz.- umysł.	17	3	2	97
Robotnicy wykwalifikowani	14	4	1	86
Robotnicy niewykwalifik.	12	3	2	52
Rolnicy	26	0	0	55
Pracujący na własny rach.	18	3	0	27
Bierni zawodowo				
Renciści	18	4	8	113
Emeryci	13	6	3	221
Uczniowie i studenci	14	0	0	59
Bezrobotni	13	3	2	121
Gospodynie domowe i inni	26	6	2	55
Pracuje w:				
inst. państw., publicznej	16	1	3	143
spółce właścicieli				
prywatnych i państwa	11	3	0	69
sekt. pryw. poza rolnict.	19	3	0	200
prywatnym gosp. rolnym	29	0	1	64
Dochody na jedną osobę				
Do 300 zł	15	1	3	145
301-500	18	6	3	196
501-900	17	3	2	260
901-1200	14	6	1	77
Powyżej 1200 zł	22	2	0	51
Ocena własnych war. mater.				
Złe	16	3	3	346
Średnie	19	4	3	443
Dobre	14	3	1	247
Udział w prakt. religijnych				
Kilka razy w tygodniu	21	4	0	93
Raz w tygodniu	16	3	2	520
1-2 razy w miesiącu	16	1	1	155
Kilka razy w roku	17	1	3	168
W ogóle nie uczestniczy	18	9	5	100
Poglądy polityczne				
Lewica	16	4	0	159
Centrum	19	1	1	277
Prawica	17	5	1	264
Trudno powiedzieć	15	3	5	336



Tabela 2. Ile pieniędzy wydawał(a) Pan(i) przeciętnie miesięcznie na ubrania, buty, bieliznę w ciągu ostatnich 12 miesięcy?

(%)

	0 zł	1-20 zł	21-50 zł	51-100 zł	101 - 200 zł	201 - 500 zł	Powyżej 500 zł	średnia w zł	Liczba osób
Ogółem	12	15	25	21	15	8	4	146.1	848
Płeć									
Mężczyźni	10	14	25	22	13	12	4	145.3	394
Kobiety	14	16	24	20	17	5	4	146.7	454
Wiek									
18-24 lat	2	4	24	31	22	13	5	182.5	130
25-34	4	11	24	28	17	11	5	203.3	156
35-44	6	20	27	21	16	8	3	120.9	130
45-54	9	16	31	12	19	9	5	169.9	175
55-64	14	25	23	20	8	8	3	94.4	107
65 lat i więcej	37	18	17	15	7	3	2	85.7	150
Miejsce zamieszkania									
Wieś	17	14	23	22	14	7	3	116.6	325
Miasto do 20 tys.	13	14	25	22	10	9	7	207.3	109
20-100 tys.	8	17	25	23	19	4	4	122.6	172
101-500 tys.	8	12	30	16	17	13	4	167.3	151
501 tys.i więcej mieszk.	6	21	20	21	15	12	4	187.4	90
Wykształcenie									
Podstawowe	28	18	23	15	7	5	3	88.5	258
Zasadnicze zawodowe	7	14	31	23	13	8	2	115.5	214
Średnie	4	14	23	25	21	10	4	179.9	289
Wyższe	2	10	21	18	24	14	10	281.2	86
Grupa społ.-zaw. pracujący									
Kadra kier., inteligencja	2	7	20	14	25	22	11	318.3	57
Prac.umysł.niż.szczebła	1	7	19	28	32	6	5	193.5	61
Pracownicy fiz.- umysł.	2	9	21	31	24	10	3	179.8	80
Robotnicy wykwalifikowani	2	10	36	18	15	14	6	157.8	71
Robotnicy niewykwalifik.	3	28	30	20	9	10	0	81.3	45
Rolnicy	3	19	31	13	16	15	3	148.6	46
Pracujący na własny rach.	0	4	28	32	18	17	0	136.1	21
Bierni zawodowo									
Renciści	26	15	16	19	9	8	6	131.2	98
Emeryci	28	20	21	18	9	3	1	85.9	177
Uczniowie i studenci	0	7	26	36	22	3	5	131.0	47
Bezrobotni	13	24	29	18	9	4	3	146.5	100
Gospodynie domowe i inni	12	16	30	18	12	7	6	136.7	46
Pracuje w:									
inst. państw., publicznej	2	11	17	22	27	14	7	250.0	113
spółce właścicieli									
prywatnych i państwa	2	6	39	20	19	10	3	159.0	53
sekt. pryw. poza rolnict.	2	11	27	27	18	12	3	143.3	167
prywatnym gosp. rolnym	2	18	30	16	14	18	2	148.0	53
Dochody na jedną osobę									
Do 300 zł	15	23	27	22	7	5	1	72.8	132
301-500	7	19	30	23	12	5	4	153.2	166
501-900	13	16	24	20	19	7	1	100.5	222
901-1200	12	11	22	17	25	6	7	213.5	66
Powyżej 1200 zł	2	5	22	27	27	17	0	152.1	43
Ocena własnych war. mater.									
Złe	17	23	25	15	10	7	3	109.2	289
Średnie	11	15	26	24	16	7	1	126.8	358
Dobre	6	5	21	24	22	13	9	234.7	200
Udział w prakt. religijnych									
Kilka razy w tygodniu	11	22	29	15	12	9	2	126.7	76
Raz w tygodniu	12	14	23	22	16	8	4	150.2	423
1-2 razy w miesiącu	12	14	25	23	16	9	2	117.1	130
Kilka razy w roku	9	9	28	23	13	9	8	215.2	137
W ogóle nie uczestniczy	19	28	19	14	15	5	0	71.9	81
Poglądy polityczne									
Lewica	5	14	24	21	18	13	4	191.9	128
Centrum	8	12	29	25	13	9	4	139.7	245
Prawica	11	14	24	23	15	8	5	156.1	216
Trudno powiedzieć	20	20	21	16	16	6	3	121.0	259



Tabela 3. Czy zazwyczaj jest Panu(i) łatwo czy też trudno znaleźć w ofercie handlowej ubrania, które odpowiadają Panu(i) **pod względem rozmiaru**, tzn. mają taki rozmiar, jaki Pan(i) nosi, pasują do Pana(i) sylwetki?

(%)

	Bardzo łatwo	Raczej łatwo	Raczej trudno	Bardzo trudno	Trudno powiedzieć	Nie kupuję ubrań	Liczba osób
Ogółem	22	45	19	4	2	8	1037
<b>Płeć</b>							
Mężczyźni	24	48	16	3	2	8	495
Kobiety	20	42	21	6	3	8	542
<b>Wiek</b>							
18-24 lat	27	47	19	7	1	0	151
25-34	23	53	20	3	0	1	187
35-44	32	44	18	5	1	1	169
45-54	20	49	19	4	3	6	215
55-64	21	41	22	7	2	8	127
65 lat i więcej	10	34	15	3	8	29	188
<b>Miejsce zamieszkania</b>							
Wieś	20	46	18	2	4	10	391
Miasto do 20 tys.	22	45	19	3	1	10	128
20-100 tys.	20	52	15	6	1	6	199
101-500 tys.	18	44	22	6	3	7	199
501 tys.i więcej mieszk.	38	30	21	8	1	3	119
<b>Wykształcenie</b>							
Podstawowe	17	39	17	3	4	20	302
Zasadnicze zawodowe	23	49	16	5	3	4	265
Średnie	24	46	21	6	1	1	359
Wyższe	23	49	22	2	1	3	111
<b>Grupa społ.-zaw. pracujący</b>							
Kadra kier., inteligencja	25	48	20	3	1	2	70
Prac.umysł.niż.szczebla	22	47	24	7	0	0	81
Pracownicy fiz.- umysł.	33	46	14	6	2	0	97
Robotnicy wykwalifikowani	15	59	18	4	2	2	86
Robotnicy niewykwalifik.	22	53	17	4	2	2	52
Rolnicy	26	55	16	0	2	0	55
Pracujący na własny rach.	31	53	13	3	0	0	27
<b>Bierni zawodowo</b>							
Renciści	19	34	20	6	2	20	113
Emeryci	13	38	19	4	7	19	221
Uczniowie i studenci	22	55	19	4	0	0	59
Bezrobotni	22	46	19	3	2	8	121
Gospodynie domowe i inni	39	31	18	7	0	5	55
<b>Pracuje w:</b>							
inst. państw., publicznej	25	50	19	4	1	1	143
spółce właścicieli	21	58	14	4	1	0	69
prywatnych i państwa	25	48	18	6	1	2	200
sekt. pryw. poza rolnict.	22	53	20	1	2	1	64
prywatnym gosp. rolnym							
<b>Dochody na jedną osobę</b>							
Do 300 zł	17	48	17	4	2	11	145
301-500	27	45	17	4	3	4	196
501-900	20	40	23	5	3	10	260
901-1200	29	35	18	4	4	9	77
Powyżej 1200 zł	33	35	28	4	0	0	51
<b>Ocena własnych war. mater.</b>							
Złe	18	46	15	5	3	13	346
Średnie	23	42	22	5	2	6	443
Dobre	26	49	18	3	2	3	247
<b>Udział w prakt. religijnych</b>							
Kilka razy w tygodniu	13	48	19	7	8	5	93
Raz w tygodniu	21	44	21	4	3	7	520
1-2 razy w miesiącu	25	46	14	5	1	7	155
Kilka razy w roku	27	47	15	5	1	5	168
W ogóle nie uczestniczy	19	41	17	3	1	19	100
<b>Poglądy polityczne</b>							
Lewica	27	45	20	4	2	2	159
Centrum	19	49	20	6	1	5	277
Prawica	23	42	20	4	2	8	264
Trudno powiedzieć	20	44	16	3	4	13	336

Tabela 4. Czy zazwyczaj jest Panu(i) łatwo czy też trudno znaleźć w ofercie handlowej ubrania, które odpowiadają Panu(i) **pod względem estetycznym**, tzn. mają odpowiedni fason, kolor, po prostu podobają się Panu(i)?

(%)

	Bardzo łatwo	Raczej łatwo	Raczej trudno	Bardzo trudno	Trudno powiedzieć	Nie kupuję ubrań	Liczba osób
Ogółem	17	44	24	4	3	8	1036
Płeć							
Mężczyźni	20	47	20	2	3	8	495
Kobiety	15	40	28	6	3	8	541
Wiek							
18-24 lat	17	44	33	5	2	0	151
25-34	16	51	27	5	0	1	187
35-44	21	47	25	3	2	2	169
45-54	20	43	23	5	3	6	215
55-64	20	42	25	3	1	8	126
65 lat i więcej	13	33	14	2	10	29	188
Miejsce zamieszkania							
Wieś	14	46	23	2	4	10	391
Miasto do 20 tys.	26	41	20	2	1	11	128
20-100 tys.	18	48	21	5	2	6	198
101-500 tys.	14	41	30	5	4	6	199
501 tys.i więcej mieszk.	26	35	28	7	2	3	119
Wykształcenie							
Podstawowe	17	39	17	3	4	20	302
Zasadnicze zawodowe	20	50	21	2	3	4	264
Średnie	17	43	30	5	3	2	359
Wyższe	17	42	31	5	2	3	111
Grupa społ.-zaw. pracujący							
Kadra kier.,inteligencja	17	40	29	7	5	2	70
Prac.umysł.niż.szczebła	13	33	41	9	3	0	81
Pracownicy fiz.- umysł.	22	45	28	3	2	0	97
Robotnicy wykwalifikowani	17	60	17	2	2	2	85
Robotnicy niewykwalifik.	21	51	20	4	2	2	52
Rolnicy	14	57	27	0	2	0	55
Pracujący na własny rach.	24	41	23	3	3	5	27
Bierni zawodowo							
Renciści	22	33	20	2	2	21	113
Emeryci	15	37	20	3	8	18	221
Uczniowie i studenci	14	48	31	6	0	0	59
Bezrobotni	15	53	20	3	1	8	121
Gospodynie domowe i inni	24	39	24	9	0	5	55
Pracuje w:							
inst. państw., publicznej	21	40	31	7	1	1	143
spółce właścicieli							
prywatnych i państwa	14	54	24	6	2	0	69
sekt. pryw. poza rolnict.	18	48	26	4	3	2	200
prywatnym gosp. rolnym	10	56	26	1	3	3	64
Dochoły na jedną osobę							
Do 300 zł	12	46	24	4	2	12	145
301-500	21	49	23	2	1	4	196
501-900	17	40	23	6	5	10	260
901-1200	22	34	24	5	4	9	77
Powyżej 1200 zł	20	39	36	5	0	0	51
Ocena własnych war. mater.							
Złe	17	42	20	4	3	13	346
Średnie	16	44	27	3	3	6	443
Dobre	21	44	24	5	3	3	246
Udział w prakt. religijnych							
Kilka razy w tygodniu	12	44	26	4	7	6	93
Raz w tygodniu	16	46	24	3	3	8	519
1-2 razy w miesiącu	20	44	22	5	1	7	155
Kilka razy w roku	20	44	24	4	2	5	168
W ogóle nie uczestniczy	21	30	25	5	2	17	100
Poglądy polityczne							
Lewica	18	43	29	5	3	2	159
Centrum	16	46	27	3	2	6	276
Prawica	18	43	23	5	2	8	264
Trudno powiedzieć	18	42	19	3	5	12	336

Tabela 5. Czy zazwyczaj jest Panu(i) łatwo czy też trudno znaleźć w ofercie handlowej ubrania, które odpowiadają Panu(i) **pod względem cenowym**, tzn. ich cena jest dla Pana(i) odpowiednia? (%)

	Bardzo łatwo	Raczej łatwo	Raczej trudno	Bardzo trudno	Trudno powiedzieć	Nie kupuję ubrań	Liczba osób
Ogółem	11	34	36	8	3	8	1037
Płeć							
Mężczyźni	13	40	32	4	4	8	495
Kobiety	10	29	40	11	2	8	542
Wiek							
18-24 lat	10	38	44	6	2	0	151
25-34	11	41	37	10	0	1	187
35-44	12	30	49	6	2	1	169
45-54	12	35	35	8	4	6	215
55-64	15	39	25	12	1	8	127
65 lat i więcej	8	23	25	6	7	30	188
Miejsce zamieszkania							
Wieś	9	36	35	6	3	11	391
Miasto do 20 tys.	14	26	41	8	1	10	128
20-100 tys.	11	37	36	8	3	6	199
101-500 tys.	11	32	36	8	5	7	199
501 tys.i więcej mieszk.	17	34	32	13	1	3	119
Wykształcenie							
Podstawowe	10	29	29	8	4	20	302
Zasadnicze zawodowe	8	39	39	7	3	5	265
Średnie	13	35	40	8	3	2	359
Wyższe	15	35	36	8	2	3	111
Grupa społ.-zaw. pracujący							
Kadra kier., inteligencja	14	39	37	4	3	2	70
Prac.umysł.niż.szczebła	7	39	36	17	1	0	81
Pracownicy fiz.- umysł.	17	37	39	5	2	0	97
Robotnicy wykwalifikowani	5	37	47	4	6	2	86
Robotnicy niewykwalifik.	11	36	40	9	2	2	52
Rolnicy	9	48	39	2	2	0	55
Pracujący na własny rach.	24	34	33	0	8	0	27
Bierni zawodowo							
Renciści	14	33	24	6	1	21	113
Emeryci	10	25	30	10	6	20	221
Uczniowie i studenci	7	42	44	7	0	0	59
Bezrobotni	9	34	41	8	1	8	121
Gospodynie domowe i inni	16	27	35	17	0	5	55
Pracuje w:							
inst. państw., publicznej	12	37	40	8	3	1	143
spółce właścicieli							
prywatnych i państwa	9	35	46	6	4	0	69
sekt. prywat. poza rolnict.	12	39	38	7	3	2	200
prywatnym gosp. rolnym	5	44	38	7	4	1	64
Dochody na jedną osobę							
Do 300 zł	5	31	43	8	2	11	145
301-500	11	36	39	8	1	4	196
501-900	12	30	36	8	4	10	260
901-1200	15	35	24	12	3	11	77
Powyżej 1200 zł	24	29	42	6	0	0	51
Ocena własnych war. mater.							
Złe	8	29	36	11	2	13	346
Średnie	10	33	38	8	4	7	443
Dobre	17	43	31	3	2	3	247
Udział w prakt. religijnych							
Kilka razy w tygodniu	10	36	31	9	5	8	93
Raz w tygodniu	12	32	40	6	3	7	520
1-2 razy w miesiącu	9	34	37	10	2	7	155
Kilka razy w roku	12	41	33	7	2	5	168
W ogóle nie uczestniczy	8	32	25	12	4	19	100
Poglądy polityczne							
Lewica	14	35	37	7	4	3	159
Centrum	8	39	41	6	2	5	277
Prawica	14	31	36	9	2	8	264
Trudno powiedzieć	11	32	32	9	4	13	336

Tabela 6. Jak często kupuje Pan(i) ubrania, bieliznę lub buty **na bazarach, od sprzedawców ulicznych?**  
(%)

	Zazwyczaj	Dość często	Rzadko	Nigdy	Trudno powiedzieć	Nie kupuję ubrań	Liczba osób
Ogółem	12	27	28	26	1	6	1037
Płeć							
Mężczyźni	12	29	27	26	2	5	495
Kobiety	11	26	29	25	0	8	542
Wiek							
18-24 lat	9	23	35	31	2	0	151
25-34	12	34	29	24	0	1	187
35-44	7	30	36	26	1	1	169
45-54	14	32	24	24	1	5	215
55-64	16	24	28	26	1	6	127
65 lat i więcej	12	19	19	24	0	25	188
Miejsce zamieszkania							
Wieś	16	30	26	20	1	8	391
Miasto do 20 tys.	11	32	31	18	0	8	128
20-100 tys.	9	24	32	29	1	5	199
101-500 tys.	8	28	26	30	2	6	199
501 tys.i więcej mieszk.	8	19	30	37	2	4	119
Wykształcenie							
Podstawowe	17	24	19	23	0	17	302
Zasadnicze zawodowe	14	33	28	21	1	3	265
Średnie	8	28	34	26	2	2	359
Wyższe	2	18	37	40	0	3	111
Grupa społ.-zaw. pracujący							
Kadra kier., inteligencja	1	15	42	42	0	0	70
Prac.umysł.niż.szczebla	8	27	36	28	1	0	81
Pracownicy fiz.- umysł.	8	33	32	24	4	0	97
Robotnicy wykwalifikowani	7	42	25	24	0	2	86
Robotnicy niewykwalifik.	23	30	37	10	0	0	52
Rolnicy	19	33	29	15	2	2	55
Pracujący na własny rach.	5	25	27	43	0	0	27
Bierni zawodowo							
Renciści	17	24	20	23	0	16	113
Emeryci	12	20	25	26	1	17	221
Uczniowie i studenci	8	15	28	48	2	0	59
Bezrobotni	15	36	24	20	0	6	121
Gospodynie domowe i inni	16	32	27	20	0	5	55
Pracuje w:							
inst. państw., publicznej	8	24	36	31	1	0	143
spółce właścicieli							
prywatnych i państwa	10	34	32	22	1	0	69
sekt. pryw. poza rolnict.	8	33	33	25	1	1	200
prywatnym gosp. rolnym	19	28	32	17	2	2	64
Dochody na jedną osobę							
Do 300 zł	20	34	22	16	0	8	145
301-500	11	31	28	25	0	4	196
501-900	11	24	32	24	1	8	260
901-1200	10	20	26	36	1	6	77
Powyżej 1200 zł	7	21	32	40	0	0	51
Ocena własnych war. mater.							
Złe	14	29	25	22	1	10	346
Średnie	12	28	30	24	0	6	443
Dobre	8	24	30	33	2	3	247
Udział w prakt. religijnych							
Kilka razy w tygodniu	15	29	20	29	0	8	93
Raz w tygodniu	13	29	29	22	1	5	520
1-2 razy w miesiącu	15	28	29	22	0	6	155
Kilka razy w roku	4	24	33	34	1	5	168
W ogóle nie uczestniczy	7	23	26	31	0	15	100
Poglądy polityczne							
Lewica	10	27	28	32	0	3	159
Centrum	14	28	29	26	0	3	277
Prawica	9	28	29	26	2	6	264
Trudno powiedzieć	13	26	27	22	1	11	336

Tabela 7. Jak często kupuje Pan(i) ubrania, bieliznę lub buty w sklepach z używaną, taną odzieżą?  
(%)

	Zazwyczaj	Dość często	Rzadko	Nigdy	Trudno powiedzieć	Nie kupuję ubrań	Liczba osób
Ogółem	5	13	21	53	1	7	1037
Płeć							
Mężczyźni	3	11	19	60	1	6	495
Kobiety	7	15	23	47	0	8	542
Wiek							
18-24 lat	3	8	25	65	0	0	151
25-34	5	16	21	58	0	1	187
35-44	5	13	26	54	1	1	169
45-54	8	17	18	51	2	4	215
55-64	6	16	17	54	1	7	127
65 lat i więcej	4	11	17	39	0	29	188
Miejsce zamieszkania							
Wieś	4	12	21	53	1	9	391
Miasto do 20 tys.	5	18	21	47	1	8	128
20-100 tys.	8	12	28	46	1	6	199
101-500 tys.	6	12	18	56	0	7	199
501 tys. i więcej mieszk.	2	16	13	66	1	3	119
Wykształcenie							
Podstawowe	8	14	18	41	1	18	302
Zasadnicze zawodowe	5	16	18	56	1	4	265
Średnie	3	11	25	58	1	2	359
Wyższe	2	11	22	62	1	2	111
Grupa społ.-zaw. pracujący							
Kadra kier., inteligencja	4	10	20	67	0	0	70
Prac.umysł.niż.szczebła	5	10	26	57	2	0	81
Pracownicy fiz.- umysł.	2	18	16	64	1	0	97
Robotnicy wykwalifikowani	5	10	18	65	0	2	86
Robotnicy niewykwalifik.	9	23	27	42	0	0	52
Rolnicy	5	20	16	55	5	0	55
Pracujący na własny rach.	0	9	19	73	0	0	27
Bierni zawodowo							
Renciści	7	15	21	38	0	19	113
Emeryci	3	13	19	47	1	18	221
Uczniowie i studenci	2	7	24	67	0	0	59
Bezrobotni	7	14	24	48	0	6	121
Gospodynie domowe i inni	18	15	21	41	0	5	55
Pracuje w:							
inst. państw., publicznej	5	9	23	60	2	1	143
spółce właścicieli							
prywatnych i państwa	4	15	19	61	0	0	69
sekt. pryw. poza rolnict.	3	16	19	61	0	1	200
prywatnym gosp. rolnym	7	16	19	53	4	1	64
Dochody na jedną osobę							
Do 300 zł	12	20	24	35	0	9	145
301-500	5	16	26	48	0	4	196
501-900	3	16	18	53	1	9	260
901-1200	5	5	15	66	0	9	77
Powyżej 1200 zł	2	10	23	65	0	0	51
Ocena własnych war. mater.							
Złe	8	21	21	37	1	11	346
Średnie	4	12	19	59	0	6	443
Dobre	3	6	22	65	1	3	247
Udział w prakt. religijnych							
Kilka razy w tygodniu	8	21	17	47	1	7	93
Raz w tygodniu	4	13	23	52	1	7	520
1-2 razy w miesiącu	8	12	20	54	0	6	155
Kilka razy w roku	3	11	21	58	2	5	168
W ogóle nie uczestniczy	8	13	11	54	0	15	100
Poglądy polityczne							
Lewica	5	13	14	65	0	2	159
Centrum	6	14	24	52	0	4	277
Prawica	3	15	22	53	1	7	264
Trudno powiedzieć	6	11	20	48	1	13	336

Tabela 8. Jak często kupuje Pan(i) ubrania, bieliznę lub buty w firmowych, markowych sklepach?  
(%)

	Zazwyczaj	Dość często	Rzadko	Nigdy	Trudno powiedzieć	Nie kupuję ubrań	Liczba osób
Ogółem	4	6	31	51	0	8	1037
Płeć							
Mężczyźni	5	8	32	48	1	6	495
Kobiety	3	5	30	53	0	9	542
Wiek							
18-24 lat	10	19	43	28	1	0	151
25-34	9	9	44	36	0	1	187
35-44	1	6	40	52	0	1	169
45-54	2	3	29	60	1	6	215
55-64	2	3	18	68	1	8	127
65 lat i więcej	0	1	10	59	0	29	188
Miejsce zamieszkania							
Wieś	2	3	26	58	1	10	391
Miasto do 20 tys.	4	6	27	53	1	8	128
20-100 tys.	5	5	37	47	0	6	199
101-500 tys.	6	7	36	43	1	8	199
501 tys.i więcej mieszk.	7	20	30	40	0	3	119
Wykształcenie							
Podstawowe	1	1	12	66	0	19	302
Zasadnicze zawodowe	3	2	30	59	1	5	265
Średnie	6	12	40	39	1	2	359
Wyższe	9	12	53	24	0	3	111
Grupa społ.-zaw. pracujący							
Kadra kier., inteligencja	8	17	54	21	0	0	70
Prac.umysł.niż.szczebla	9	10	54	27	0	0	81
Pracownicy fiz.- umysł.	4	6	44	44	2	0	97
Robotnicy wykwalifikowani	4	6	35	52	0	2	86
Robotnicy niewykwalifik.	4	0	20	72	0	4	52
Rolnicy	0	2	32	61	2	2	55
Pracujący na własny rach.	6	18	48	28	0	0	27
Bierni zawodowo							
Renciści	1	1	17	60	0	21	113
Emeryci	1	2	14	64	1	18	221
Uczniowie i studenci	16	23	41	20	0	0	59
Bezrobotni	3	5	27	59	0	7	121
Gospodynie domowe i inni	6	7	28	53	0	6	55
Pracuje w:							
inst. państw., publicznej	10	11	44	33	1	2	143
spółce właścicieli	0	14	51	36	0	0	69
sekt. pryw. poza rolnict.	5	7	39	48	0	1	200
prywatnym gosp. rolnym	1	4	29	61	2	3	64
Dochody na jedną osobę							
Do 300 zł	0	0	23	67	0	10	145
301-500	2	5	32	54	1	7	196
501-900	3	5	27	56	0	9	260
901-1200	8	4	35	41	1	10	77
Powyżej 1200 zł	13	19	41	27	0	0	51
Ocena własnych war. mater.							
Złe	2	2	21	63	0	12	346
Średnie	3	6	33	51	0	7	443
Dobre	10	14	40	31	1	4	247
Udział w prakt. religijnych							
Kilka razy w tygodniu	1	2	28	62	0	7	93
Raz w tygodniu	4	4	31	54	1	7	520
1-2 razy w miesiącu	5	8	31	50	0	6	155
Kilka razy w roku	5	13	35	40	1	6	168
W ogóle nie uczestniczy	7	11	25	41	0	16	100
Poglądy polityczne							
Lewica	7	6	38	47	0	3	159
Centrum	4	3	37	50	1	5	277
Prawica	3	9	32	47	1	8	264
Trudno powiedzieć	3	7	20	56	0	13	336

Tabela 9. Czy podoba się Panu(i) czy też nie, że obecnie można spotkać na ulicy **kobiety w ubraniu odsłaniającym brzuch?**

(%)

	Zdecydowanie mi się podoba	Raczej mi się podoba	Raczej mi się nie podoba	Zdecydowanie mi się nie podoba	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	14	31	23	25	7	1037
Płeć						
Mężczyźni	21	41	18	12	7	495
Kobiety	7	23	27	36	7	542
Wiek						
18-24 lat	23	51	11	6	9	151
25-34	23	41	22	8	6	187
35-44	13	33	25	18	10	169
45-54	13	29	29	21	8	215
55-64	8	28	21	35	8	127
65 lat i więcej	2	10	24	59	4	188
Miejsce zamieszkania						
Wieś	14	30	26	25	5	391
Miasto do 20 tys.	11	32	24	27	6	128
20-100 tys.	18	34	23	18	7	199
101-500 tys.	12	29	18	29	13	199
501 tys. i więcej mieszk.	16	35	18	23	8	119
Wykształcenie						
Podstawowe	10	21	22	41	6	302
Zasadnicze zawodowe	18	36	24	17	5	265
Średnie	16	35	22	18	8	359
Wyższe	8	37	24	17	14	111
Grupa społ.-zaw. pracujący						
Kadra kier., inteligencja	6	42	24	12	16	70
Prac. umysł. niż. szczebla	18	33	19	18	12	81
Pracownicy fiz.- umysł.	22	43	19	12	4	97
Robotnicy wykwalifikowani	22	42	23	8	6	86
Robotnicy niewykwalifik.	12	36	23	24	5	52
Rolnicy	18	26	38	13	5	55
Pracujący na własny rach.	18	54	9	7	12	27
Bierni zawodowo						
Renciści	6	23	29	39	4	113
Emeryci	5	16	26	49	4	221
Uczniowie i studenci	28	42	12	4	14	59
Bezrobotni	14	37	22	15	12	121
Gospodynie domowe i inni	21	26	14	37	2	55
Pracuje w:						
inst. państw., publicznej	18	37	22	14	9	143
spółce właścicieli	14	41	20	17	8	69
prywatnych i państwa	18	43	19	12	9	200
sekt. pryw. poza rolnict.	17	28	36	14	6	64
prywatnym gosp. rolnym						
Dochody na jedną osobę						
Do 300 zł	17	33	26	20	4	145
301-500	10	32	28	21	9	196
501-900	13	29	23	29	5	260
901-1200	17	22	14	36	11	77
Powyżej 1200 zł	22	35	19	14	10	51
Ocena własnych war. mater.						
Złe	12	31	24	25	8	346
Średnie	12	30	23	27	8	443
Dobre	21	34	21	18	6	247
Udział w prakt. religijnych						
Kilka razy w tygodniu	4	11	32	44	9	93
Raz w tygodniu	12	30	26	26	6	520
1-2 razy w miesiącu	16	36	21	21	6	155
Kilka razy w roku	20	38	15	16	10	168
W ogóle nie uczestniczy	19	41	13	18	9	100
Poglądy polityczne						
Lewica	21	33	19	21	7	159
Centrum	16	36	24	20	3	277
Prawica	12	29	24	26	8	264
Trudno powiedzieć	10	29	22	29	10	336

Tabela 10. Czy podoba się Panu(i) czy też nie, że obecnie można spotkać na ulicy **mężczyzn z włosami ogolonymi bardzo krótko lub zupełnie „na zero”**

(%)

	Zdecydowa- nie mi się podoba	Raczej mi się podoba	Raczej mi się nie podoba	Zdecydowa- nie mi się nie podoba	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	9	35	23	22	11	1037
Płeć						
Mężczyźni	9	34	23	21	13	495
Kobiety	9	36	23	22	10	542
Wiek						
18-24 lat	11	43	25	10	11	151
25-34	13	45	17	14	12	187
35-44	7	34	26	18	15	169
45-54	6	34	25	24	12	215
55-64	12	30	23	24	11	127
65 lat i więcej	4	26	25	38	8	188
Miejsce zamieszkania						
Wieś	6	34	26	23	11	391
Miasto do 20 tys.	10	36	24	20	10	128
20-100 tys.	10	39	24	19	9	199
101-500 tys.	9	35	18	21	17	199
501 tys.i więcej mieszk.	12	33	21	22	12	119
Wykształcenie						
Podstawowe	8	31	20	31	10	302
Zasadnicze zawodowe	8	36	25	18	14	265
Średnie	9	39	25	17	11	359
Wyższe	13	34	24	19	11	111
Grupa społ.-zaw. pracujący						
Kadra kier., inteligencja	9	35	24	20	12	70
Prac.umysł.niż.szczebła	18	37	15	10	20	81
Pracownicy fiz.- umysł.	10	42	19	17	11	97
Robotnicy wykwalifikowani	11	38	20	19	12	86
Robotnicy niewykwalifik.	10	33	20	25	11	52
Rolnicy	0	40	29	28	3	55
Pracujący na własny rach.	8	42	24	10	15	27
Bierni zawodowo						
Renciści	10	28	25	25	12	113
Emeryci	5	29	26	32	8	221
Uczniowie i studenci	12	37	27	9	15	59
Bezrobotni	4	40	25	18	14	121
Gospodynie domowe i inni	9	38	24	19	10	55
Pracuje w:						
inst. państw., publicznej	12	37	18	17	16	143
spółce właścicieli	7	38	21	22	11	69
prywatnych i państwa	14	38	21	14	14	200
sekt. pryw. poza rolnict.	2	39	27	29	4	64
prywatnym gosp. rolnym						
Dochody na jedną osobę						
Do 300 zł	5	37	24	27	7	145
301-500	6	39	26	15	13	196
501-900	7	35	24	24	11	260
901-1200	12	24	20	31	14	77
Powyżej 1200 zł	10	48	22	16	4	51
Ocena własnych war. mater.						
Złe	7	39	25	21	9	346
Średnie	8	32	24	23	14	443
Dobre	13	36	20	20	11	247
Udział w prakt. religijnych						
Kilka razy w tygodniu	4	33	29	30	5	93
Raz w tygodniu	7	36	25	21	11	520
1-2 razy w miesiącu	10	37	24	17	12	155
Kilka razy w roku	12	33	20	20	14	168
W ogóle nie uczestniczy	13	35	13	26	13	100
Poglądy polityczne						
Lewica	11	30	23	28	7	159
Centrum	10	40	21	17	12	277
Prawica	7	28	28	23	13	264
Trudno powiedzieć	8	39	21	20	12	336



Tabela 11. Czy podoba się Panu czy też nie, że obecnie można spotkać na ulicy **kobiety z tatuażem, np. na ramieniu?**

(%)

	Zdecydowanie mi się podoba	Raczej mi się podoba	Raczej mi się nie podoba	Zdecydowanie mi się nie podoba	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	5	22	25	41	6	1037
Płeć						
Mężczyźni	6	23	27	36	7	495
Kobiety	4	21	23	46	5	542
Wiek						
18-24 lat	10	39	25	15	11	151
25-34	10	38	28	16	8	187
35-44	5	28	26	34	5	169
45-54	4	14	29	47	7	215
55-64	1	15	23	55	6	127
65 lat i więcej	1	2	18	77	2	188
Miejsce zamieszkania						
Wieś	4	22	24	45	6	391
Miasto do 20 tys.	6	25	25	42	2	128
20-100 tys.	6	22	31	36	5	199
101-500 tys.	6	21	26	36	10	199
501 tys. i więcej mieszk.	6	23	19	44	8	119
Wykształcenie						
Podstawowe	2	14	20	59	5	302
Zasadnicze zawodowe	8	26	26	34	6	265
Średnie	5	27	25	36	7	359
Wyższe	9	20	36	28	7	111
Grupa społ.-zaw. pracujący						
Kadra kier., inteligencja	5	23	36	28	9	70
Prac. umysł. niż. szczebla	9	28	28	24	10	81
Pracownicy fiz. - umysł.	9	37	23	29	2	97
Robotnicy wykwalifikowani	11	25	26	29	9	86
Robotnicy niewykwalifik.	4	40	20	31	5	52
Rolnicy	0	11	28	56	6	55
Pracujący na własny rach.	7	31	27	21	14	27
Bierni zawodowo						
Renciści	1	10	26	55	7	113
Emeryci	1	6	18	73	2	221
Uczniowie i studenci	14	39	27	12	9	59
Bezrobotni	4	27	34	25	11	121
Gospodynie domowe i inni	10	32	13	41	5	55
Pracuje w:						
inst. państw., publicznej	8	29	30	26	7	143
spółce właścicieli						
prywatnych i państwa	8	28	28	28	7	69
sekt. pryw. poza rolnict.	8	30	24	29	8	200
prywatnym gosp. rolnym	2	14	26	54	5	64
Dochody na jedną osobę						
Do 300 zł	4	25	24	43	4	145
301-500	4	24	30	32	11	196
501-900	4	19	27	48	2	260
901-1200	5	14	23	52	7	77
Powyżej 1200 zł	9	25	21	39	6	51
Ocena własnych war. mater.						
Złe	4	18	28	44	7	346
Średnie	4	21	24	43	7	443
Dobre	9	30	23	33	4	247
Udział w prakt. religijnych						
Kilka razy w tygodniu	1	17	24	56	2	93
Raz w tygodniu	4	19	28	44	5	520
1-2 razy w miesiącu	2	24	25	38	10	155
Kilka razy w roku	11	29	24	28	8	168
W ogóle nie uczestniczy	11	26	13	39	11	100
Poglądy polityczne						
Lewica	7	25	25	38	5	159
Centrum	8	23	24	37	7	277
Prawica	4	21	28	41	6	264
Trudno powiedzieć	4	21	23	46	6	336

Tabela 12. Czy podoba się Panu czy też nie, że obecnie można spotkać na ulicy **mężczyzn z tatuażem, np. na ramieniu?**

(%)

	Zdecydowa- nie mi się podoba	Raczej mi się podoba	Raczej mi się nie podoba	Zdecydowa- nie mi się nie podoba	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	6	34	21	29	10	1037
Płeć						
Mężczyźni	6	38	21	24	10	495
Kobiety	6	30	22	34	9	542
Wiek						
18-24 lat	12	52	17	8	11	151
25-34	10	53	16	12	9	187
35-44	8	38	27	17	11	169
45-54	4	29	22	35	10	215
55-64	3	25	24	37	11	127
65 lat i więcej	1	7	22	61	9	188
Miejsce zamieszkania						
Wieś	5	38	20	30	8	391
Miasto do 20 tys.	7	33	22	31	7	128
20-100 tys.	6	31	23	28	12	199
101-500 tys.	7	31	19	29	14	199
501 tys.i więcej mieszk.	7	32	25	27	9	119
Wykształcenie						
Podstawowe	4	27	17	45	7	302
Zasadnicze zawodowe	8	38	21	22	10	265
Średnie	5	38	24	23	11	359
Wyższe	8	29	24	24	14	111
Grupa społ.-zaw. pracujący						
Kadra kier., inteligencja	4	32	31	16	17	70
Prac.umysł.niż.szczebła	13	30	23	19	16	81
Pracownicy fiz.- umysł.	9	50	19	14	8	97
Robotnicy wykwalifikowani	7	42	25	14	12	86
Robotnicy niewykwalifik.	13	39	14	22	11	52
Rolnicy	0	39	22	32	8	55
Pracujący na własny rach.	4	53	14	23	5	27
Bierni zawodowo						
Rencisci	4	22	20	48	6	113
Emeryci	1	14	23	53	9	221
Uczniowie i studenci	11	49	21	6	13	59
Bezrobotni	7	45	20	20	9	121
Gospodynie domowe i inni	9	46	13	28	5	55
Pracuje w:						
inst. państw., publicznej	9	35	22	20	14	143
spółce właścicieli						
prywatnych i państwa	10	39	31	12	9	69
sekt. pryw. poza rolnict.	9	42	20	17	12	200
prywatnym gosp. rolnym	0	39	21	33	6	64
Dochody na jedną osobę						
Do 300 zł	7	40	16	28	9	145
301-500	5	39	22	22	12	196
501-900	5	31	24	34	6	260
901-1200	8	19	25	39	9	77
Powyżej 1200 zł	9	33	21	32	5	51
Ocena własnych war. mater.						
Złe	5	34	23	29	9	346
Średnie	5	31	20	33	11	443
Dobre	9	40	21	22	8	247
Udział w prakt. religijnych						
Kilka razy w tygodniu	3	24	22	41	9	93
Raz w tygodniu	4	31	26	31	8	520
1-2 razy w miesiącu	6	35	17	28	14	155
Kilka razy w roku	12	41	18	17	11	168
W ogóle nie uczestniczy	6	45	9	29	11	100
Poglądy polityczne						
Lewica	9	39	16	25	11	159
Centrum	7	36	20	28	8	277
Prawica	4	30	27	30	9	264
Trudno powiedzieć	5	33	20	31	11	336